



# 2007

**BILANCIO SOCIALE**

GRUPPO BANCARIO

**Credito  
Valtellinese**

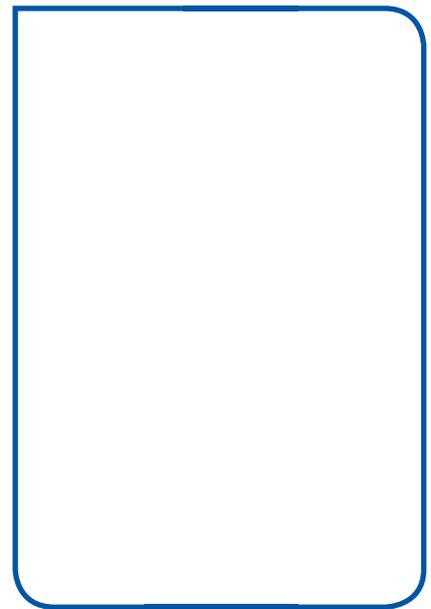


VALORI IN CORSO



Credito Valtellinese  
Credito Artigiano  
Credito Siciliano  
Banca dell'Artigianato e dell'Industria  
Credito Piemontese  
Bancaperta  
Mediocreval  
Aperta SGR  
Aperta Fiduciaria  
Creset  
Finanziaria San Giacomo  
Deltas  
Bankadati  
Stelline

In copertina: Chiesa di San Pietro - Bormio (SO)



# 2007

## BILANCIO SOCIALE



### Nota metodologica

Il Bilancio Sociale, redatto dal Gruppo Credito Valtellinese a partire dall'edizione 1995, illustra le attività intraprese sul triplice versante economico, sociale e ambientale e i loro effetti sulla comunità in cui opera da cento anni in un'ottica di correttezza, affidabilità e trasparenza.

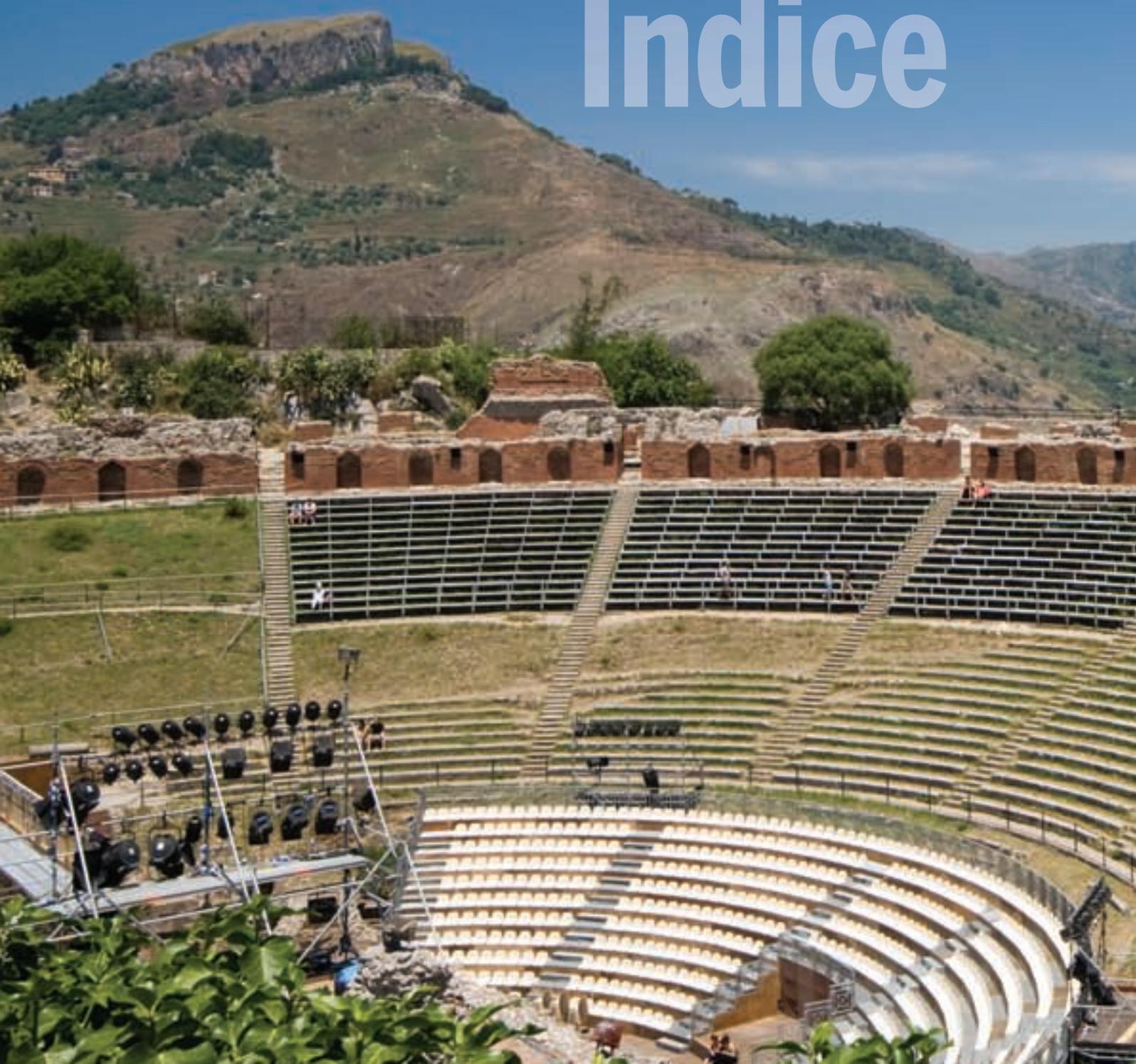
Intende rappresentare i lineamenti di un'attività basata su valori espliciti e comportamenti quotidiani da parte di tutti i 3.492 dipendenti del Gruppo e la testimonianza della volontà di comunicare in modo chiaro, semplice ed efficace con tutti i propri interlocutori - cui è chiesto un riscontro, sotto forma di questionario di valutazione, relativo ai contenuti e alle modalità di rappresentazione del Documento.

Rispetto alla versione 2006, questa edizione amplia e approfondisce il tema delle risorse intangibili (comprensivo di alcuni indicatori di misurazione del capitale umano, del management e dei clienti) e propone, per le categorie di stakeholder corrispondenti con i Soci, i collaboratori, i media e la collettività, specifici approfondimenti in direzione di un coinvolgimento e dialogo strutturato - articolato in momenti puntuali di incontro coincidenti rispettivamente con l'Assemblea, la Convention aziendale per il Personale direttivo e presentazioni del Gruppo nei confronti di specifici target (nella fattispecie analisti finanziari, media e studenti universitari).

Il Fascicolo è redatto in ossequio al modello dell'Associazione Bancaria Italiana "Il rendiconto agli stakeholder. Una guida per le banche" e di IBS (Istituto Europeo per il Bilancio Sociale) ed è stato sottoposto a verifica indipendente da parte di Reconta Ernst&Young Spa.

Questo Documento è presentato in data 19 aprile 2008 in occasione dell'Assemblea ordinaria dei Soci del Credito Valtellinese.

# Indice



<b>Mission</b>	pag <b>4</b>
<b>Il Gruppo e gli stakeholder</b>	pag <b>5</b>
<b>Lettera del Presidente</b>	pag <b>6</b>
<b>1 Responsabilità sociale e Gruppo Credito Valtellinese</b>	pag <b>8</b>
<b>2 L'identità del Gruppo</b>	pag <b>26</b>
<b>3 Il Valore Aggiunto e la sua distribuzione</b>	pag <b>54</b>
<b>4 Le relazioni di scambio sociale</b>	pag <b>60</b>
<b>5 La relazione ambientale</b>	pag <b>136</b>
<b>6 Le linee programmatiche e gli obiettivi di miglioramento</b>	pag <b>146</b>
<b>7 Il sistema di rilevazione</b>	pag <b>150</b>
<b>Glossario</b>	pag <b>156</b>



8



26



54



136



60

## Mission

**LA MISSION È LA RAGIONE D'ESSERE  
DEL GRUPPO CREDITO VALTELLINESE  
E NE ESPRIME LA VOCAZIONE PROFONDA**

### **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**

4

La catena del valore è mirata all'efficienza ed efficacia dell'operatività quotidiana dei dipendenti, che si avvale di processi gestionali/manageriali innovativi e in continua rivisitazione. L'attività del Gruppo è improntata a trasparenza e correttezza nei rapporti con tutti i portatori di interesse, nella logica di confermare nel tempo un rapporto di solida fiducia, che costituisce il fondamento

della stessa capacità di stare sul mercato; il suo sviluppo è caratterizzato da:

- indicatori di performance in progressivo miglioramento;
- crescita equilibrata degli aggregati patrimoniali;
- costante progresso degli indicatori reddituali;
- miglioramento dei livelli di fidelizzazione e soddisfazione della clientela.

## Il Gruppo e gli stakeholder

Caratteristiche distintive della natura del Gruppo Credito Valtellinese sono la volontà e la capacità di creare un legame forte con la propria comunità di riferimento e in generale con gli stakeholder - con cui sussistono relazioni intense e di lungo periodo. Il dialogo con i portatori di interesse, che assume la veste di un confronto quoti-

diano - in essere in primo luogo all'interno delle filiali del Gruppo e nell'agire quotidiano dei collaboratori - , trova modalità di organizzazione in molteplici occasioni (tra cui Assemblee dei Soci, Convention dei dipendenti, incontri del management con la comunità finanziaria e nelle università).

### COLLETTIVITÀ

IL GRUPPO HA L'OBIETTIVO DI RAPPRESENTARE IL 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 CON GLI ENTI PUBBLICI, ANCHE TRAMITE LE CONSOLIDATE ATTIVITÀ DI GESTIONE DEI SERVIZI DI TESORERIA E CASSA.

### 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 E I RELATIVI RISULTATI.

### FORNITORI

IL GRUPPO PERSEGUE DA SEMPRE UN'ATTENTA POLITICA DI SCELTA DEI PROPRI FORNITORI, INSTAURANDO RAPPORTI CHE CONDUCONO ALLA CREAZIONE DEL VALORE.

A middle-aged man with a mustache, wearing a dark suit, white shirt, and purple tie, sits at a wooden desk. He is holding an open book or report. The background features several framed religious paintings, including a large one with multiple scenes and a smaller one with a white horse. A blue vertical line is on the left side of the image.

Occorre dare visibilità ai **valori**  
e alla **cultura** di cui **siamo portatori**:  
**il Bilancio Sociale**  
è il nostro **biglietto da visita**.

## Lettera del Presidente

### Localismo, cooperazione, solidarietà: la natura di un Gruppo a matrice popolare

*Il Gruppo Credito Valtellinese propone la tredicesima edizione del Bilancio Sociale, collaudata forma di comunicazione volta a dare visibilità al proprio profilo identitario di Gruppo a matrice popolare ed alla creazione di valore sociale realizzata.*

*Da sempre fautori della validità di questo strumento e della complementarietà dello stesso rispetto al Bilancio civilistico, abbiamo fatto del Bilancio Sociale il nostro biglietto da visita sin dal 1995.*

*Con la pubblicazione di questo Documento desideriamo dare atto, mutuando una definizione particolarmente felice, del “dividendo” che le imprese del Gruppo corrispondono alla collettività.*

*Il presente rendiconto sociale accompagna quest’anno il Bilancio civilistico del centesimo esercizio del Credito Valtellinese, ad ulteriore attestazione della coerenza ai principi di localismo, cooperazione e solidarietà che tuttora animano l’operato della Capogruppo e di tutte le banche del conglomerato.*

*Come recita lo slogan del Centenario “In cent’anni abbiamo cambiato molto, senza cambiare mai”: le nostre banche sono e vogliono continuare ad essere operatori tra gli operatori, al servizio dello sviluppo delle economie locali, delle famiglie e delle piccole e medie imprese, attente ai riflessi della propria attività in termini di coesione sociale e riverbero sul territorio, in rapporto simbiotico con quest’ultimo giacché più esso cresce più esse stesse si sviluppano.*

*Struttura a rete, determinazione nell’innovazione, qualità regolarmente certificata negli anni, capacità di governo dei rischi e dei costi, visione strategica: questi sono i capisaldi della nostra cultura d’impresa che da sempre coniughiamo con un sistema di valori che ci porta a ricercare non la mera massimizzazione del profitto, bensì la realizzazione di obiettivi sostenibili nel medio-lungo periodo e di interventi che producano benefici per il territorio e lo sviluppo sociale.*

*Puntiamo - sia mediante l’operatività delle filiali delle banche del Gruppo sia attraverso le nuove modalità di accesso on web - ad un sistema di rapporti reticolare, non limitato ai soli servizi bancari, in grado di trasmettere professionalità, fiducia, capacità di ascolto e lettura delle esigenze della comunità.*

*Solo relazioni continuative nel tempo, solide e di tipo fiduciario consentono di preservare e anzi rafforzare la nostra originaria matrice cooperativistica, a garanzia del ruolo di “coautore” dello sviluppo delle zone di insediamento e della stessa qualità della vita delle province di insediamento delle nostre banche.*

*Siamo e restiamo un Gruppo di banche retail, veloci nelle decisioni, sane, non aduse a carpire la fiducia dei clienti per le operazioni speculative che in altri Paesi del mondo hanno guadagnato le prime pagine dei giornali mettendo a repentaglio la reputazione del sistema bancario.*

*Siamo alla ricerca di vantaggi competitivi sostenibili, basati su una cultura aziendale comunicata e condivisa, basata su standard elevati di responsabilità sociale (cui è dedicato il primo capitolo di questo Bilancio Sociale) e di integrità personale, che si riflettono in comportamenti quotidiani coerenti, rigorosi e trasparenti nei confronti del mercato, come peraltro la nostra scelta di quotazione in Borsa richiede.*

*Giovanni De Corsi*  
Giovanni De Corsi  
Presidente Credito Valtellinese

# Responsabilità

An aerial photograph of a mountain valley. In the foreground, a town with red-roofed buildings is nestled in a green valley. The middle ground shows rolling green hills and fields. In the background, a large, rugged mountain peak rises against a clear blue sky. The word "Responsabilità" is overlaid in a large, white, sans-serif font across the center of the image.

# Capitolo 1

## **Responsabilità sociale e Gruppo Credito Valtellinese**

**La responsabilità sociale**

**La responsabilità sociale in Europa**

**La responsabilità sociale in Italia**

**La responsabilità sociale  
per un Gruppo bancario cooperativo**

**La responsabilità sociale  
nel Gruppo Credito Valtellinese**

**Le iniziative**

**Il ruolo della Fondazione**

## La responsabilità sociale

Operare come imprese socialmente responsabili è un modo di essere attraverso il quale si integrano in forma volontaria - anche in un'ottica di sussidiarietà - gli obiettivi economici, sociali ed ambientali valorizzando le relazioni con tutti gli stakeholder sulla base di articolati meccanismi culturali, organizzativi e relazionali. In questo contesto, la responsabilità sociale d'impresa (RSI) è lo snodo che traduce i valori in fatti di cui "rendere conto"; ancora la catena del valore economico a quella del valore sociale; costituisce una possibile declinazione strutturale del rapporto tra etica ed economia e rappresenta una filosofia di gestione basata sul ruolo e sull'attenzione agli stakeholder.

Si colloca all'interno di una sorta di "spazio etico delle imprese", all'interno di un ambito non regolato da norme cogenti; si traduce nel principio di "innovazione per la sostenibilità" dell'impresa e della rete di portatori di interesse in cui le aziende sono inserite.

Per un'impresa, di qualunque natura essa sia, la disattenzione alle conseguenze sociali della propria attività arreca disistima a livello generalizzato e provoca sfiducia, con conseguenze negative in termini di reputazione; dal canto suo, la fiducia accresce il valore delle unità produttive, giovandosi dell'apprezzamento del mercato e della collettività in senso lato.

Non si tratta di mere affermazioni declamatorie di principio: ne è prova il fatto che il mondo economico - anche a seguito di una serie di scandali - si sta scoprendo sempre più eticamente responsabile.

La "domanda" di responsabilità sociale da parte della società civile e dei mercati è aumentata fortemente in questi anni.

Esiste un'accresciuta sensibilità di Soci, clienti, fornitori non soltanto alla qualità e ai prezzi del prodotto, ma anche alla "natura" delle aziende, dimostrata ad esempio dalle azioni a favore della comunità locale, dal rispetto dell'ambiente, dal valore delle relazioni.

In questo quadro, la responsabilità sociale rappresenta sempre più un volano per la crescita del territorio (di cui si promuovono il capitale e la qualità sociale) in direzione di una “comunanza di interessi” tra aziende e comunità. Al di là delle varie definizioni - per il Gruppo Credito Valtellinese vale la caratterizzazione del termine presentata in Glossario - la RSI è sempre più una modalità di gestione d'impresa che si pone in relazione con i propri interlocutori interni ed esterni. Dal canto suo il mercato premia le aziende socialmente responsabili assegnando un “valore intangibile” all'informativa etico-sociale prodotta e alla relativa identità unitamente a un “differen-

ziale di valore” legato all'immagine delle aziende. Tra responsabilità sociale e tessuti territoriali esiste una stretta relazione: la prima si realizza solo a fronte dell'esistenza e dell'accrescimento dei fattori “fiducia” e “capitale sociale”. La RSI è elemento di crescita e di competitività, oltre che di credibilità - un asset al servizio del territorio e della comunità che lo anima; per il World Business Council for Sustainable Development vi si intende “il continuo impegno da parte dell'azienda a comportarsi in maniera etica e a contribuire allo sviluppo economico, migliorando la qualità della vita dei dipendenti, delle loro famiglie, della comunità locale e più in generale della società”.

La Fondazione per la Diffusione della Responsabilità Sociale delle Imprese (I-CSR), che si inserisce a pieno titolo nel network europeo dei cosiddetti “knowledge centres” auspicati dalla Commissione Europea, nell'identificare la propria vision afferma: “ crediamo che la Cultura della CSR sia il primo passo per lo sviluppo di una economia innovativa, capace di garantire una efficiente tutela sociale, un positivo dialogo tra tutte le parti interessate e un maggiore benessere per le generazioni presenti e future”. Il Gruppo Credito Valtellinese si riconosce in questa definizione e crede nella necessità di integrare i principi della responsabilità sociale nell'attività di ogni giorno.



## La responsabilità sociale in Europa

Il dibattito a livello europeo sulla responsabilità sociale d'impresa risale ai primi anni novanta, epoca in cui la Commissione europea evidenziò il legame fra business e lotta all'esclusione sociale - nel 1993 la pubblicazione del Libro Bianco sulla crescita e l'occupazione ne ha prodotto un'ulteriore richiamo in termini sociali al mondo imprenditoriale. Oltre al codice di condotta vincolante richiesto dal Parlamento europeo nel 1999 che regola globalmente il comportamento delle imprese in tema ambientale, lavorativo e dei diritti, nel 2000 i leader politici europei chiedono al mondo dell'impresa di sostenere la tematica nell'alveo dell'agenda di Lisbona per la crescita economica e la creazione di posti di lavoro. Proprio nel Consiglio europeo del marzo di quell'anno la RSI diviene pre-condizione per la realizzazione di un'"economia della conoscenza dinamica e competitiva basata sulla coesione sociale". Nel 2006, come richiamato nel Bilancio Sociale scorso, la Commissione europea emana una comunicazione sull'argomento volta ad assegnare a ciascuna società operativa nello spazio dell'Unione il ruolo attivo di "regista sulla responsabilità sociale", associando la politica al riguardo con la logica dello sviluppo sostenibile e sollecitando le imprese ad operare



Lisbona

nel quadro del modello sociale europeo, basato su elevata qualità della vita, eguali opportunità, inclusione sociale e tutela ambientale. Nel dicembre dello stesso anno Bruxelles ospita il Forum multistakeholder europeo sulla RSI, ad apertura del quale il Commissario agli affari sociali rimarca l'essenzialità dell'argomento per la produzione di buone relazioni di lavoro e come elemento-chiave per affrontare le sfide di un'economia globalizzata; un contributo al vantaggio competitivo (nella misura in cui si lega al miglioramento delle relazioni di lavoro e al collocamento di servizi/prodotti in un mercato sempre più attento agli aspetti etici della produzione e al relativo impatto ambientale), alla coesione sociale e allo sviluppo sostenibile. In un documento dal titolo "Opportunity and Responsibility" a cura del gruppo di esperti europei sulla responsabilità sociale d'impresa e le piccole e medie imprese, il Vice-Presidente della Commissione europea con delega per le PMI Verheugen sottolinea la natura della RSI definendola "fonte di innovazione in quanto un focus sui problemi sociali e l'interazione con gli stakeholder esterni porta le imprese a sviluppare nuovi prodotti, servizi e modelli di business".



Bruxelles

Tutta la produzione, di tipo consultativo, offerta dalle autorità di Bruxelles insiste su due punti:

- 1 gestire il cambiamento in forma non traumatica;
- 2 conciliare lo sviluppo con una maggiore competitività, all'interno di una cornice caratterizzata da gradi elevati di coesione sociale.

Con una successiva risoluzione approvata nel marzo 2007 a Strasburgo, in sessantanove punti i parlamentari europei - alla ricerca di un approccio unitario a livello dei ventisette Paesi dell'Unione - auspicano a loro volta un nuovo partenariato, partendo dal presupposto che una concorrenza "responsabile" contribuisca al raggiungimento degli obiettivi di Lisbona per la crescita e l'occupazione.

In particolare il Parlamento:

- è convinto che il potenziamento della responsabilità sociale delle imprese, collegato al principio della responsabilità imprenditoriale, rappresenti un elemento essenziale del modello sociale europeo, della strategia comunitaria per lo sviluppo sostenibile e della risposta alle sfide sociali della globalizzazione economica;
- riconosce che tra i diversi gruppi interessati rimane aperto il dibattito sulla definizione appropriata di RSI;

- valuta che la Commissione debba considerare la creazione di una lista di criteri che validano il rispetto della responsabilità sociale d'impresa;
- ritiene che il dibattito in corso nell'Unione europea sulla RSI si sia avvicinato ad un punto in cui l'accento andrebbe spostato dai processi ai risultati;
- considera che si dovrebbe porre l'accento sullo sviluppo della società civile, e in particolare sulla consapevolezza dei consumatori circa una produzione responsabile, che è un elemento duraturo e importante per i particolari contesti nazionali o regionali;
- segnala che la RSI deve affrontare nuovi ambiti come l'apprendimento lungo tutto l'arco della vita, l'organizzazione del lavoro, le pari opportunità, l'inclusione sociale, lo sviluppo sostenibile e l'etica, così da fungere da strumento supplementare per la gestione del cambiamento industriale e delle ristrutturazioni.

Secondo il testo del Parlamento andrebbero meglio diffuse e sfruttate le esperienze esistenti, incoraggiando lo sviluppo di prassi innovative, migliorando la trasparenza e rafforzando l'affidabilità della valutazione e la convalida delle varie iniziative realizzate in Europa.

## La responsabilità sociale in Italia

La responsabilità sociale rappresenta un elemento culturale centrale e una pratica gestionale distintiva per lo sviluppo del sistema-Paese Italia; in quest'ottica il ministero del lavoro e delle politiche sociali, nell'ambito degli impegni assunti durante la terza conferenza europea sulla RSI (2003), ha istituito il Forum Italiano Multi-Stakeholder per la Corporate Social Responsibility (CSR Forum). L'iniziativa, che si ispira al Multi-Stakeholder Forum della Commissione Europea, ha il fine di incoraggiare un'ampia diffusione della responsabilità sociale tra le imprese e le organizzazioni italiane e di promuovere la trasparenza e la convergenza delle prassi e degli strumenti al riguardo.

L'obiettivo viene perseguito attraverso:

- l'aumento del grado di consapevolezza sull'importanza della relazione tra RSI e sviluppo sostenibile;
- la facilitazione dello scambio di esperienze e *best practice*;
- la promozione della trasparenza e della convergenza delle pratiche e degli strumenti in materia, con particolare attenzione alle esigenze delle piccole e medie imprese;
- la condivisione di esperienze di partnership tra le istituzioni, le imprese/organizzazioni e la società civile.

La valenza delle tematiche di responsabilità sociale delle imprese trova risalto nell'adozione di un apposito fondo da parte del governo italiano, che con una dotazione annua di 1,25 milioni di euro a valere sino al 2010 finanzia la diffusione della cultura e delle politiche di RSI attraverso attività di informazione, sostegno e monitoraggio e la creazione di una banca dati in cui raccogliere documentazione e buone prassi.

## La posizione dell'Associazione Bancaria Italiana

Per quanto concerne più specificamente il sistema bancario, ABI (che organizza e coordina un gruppo di lavoro sul tema cui partecipa anche un esponente del Gruppo Credito Valtellinese) ha espresso una serie di commenti ad una proposta di lavoro del governo i cui concetti-chiave sono i seguenti:

- la RSI deve essere intesa come parte integrante della strategia d'impresa;
- le imprese rivestono un ruolo prioritario al riguardo tramite la diffusione di un approccio qualitativo al tema e l'esplicitazione della replicabilità di buone pratiche;
- è richiesto un approccio concreto per sostenere l'applicazione della RSI sul territorio;
- risulta fondamentale sollecitare la responsabilità degli stakeholder;
- occorre promuovere un percorso modulare adattabile a situazioni e contesti diversi.

L'obiettivo prioritario è indicato nel passaggio da un approccio divulgativo alla tematica ad uno più operativo; in secondo luogo occorre favorire la maturazione di una cultura aziendale, a cui tutti gli stakeholder sono chiamati a contribuire, che contribuisca a promuovere comportamenti proattivi delle imprese in un contesto di autoregolamentazione. È sottolineata l'opportunità di un approccio funzionale alla declinazione di alcuni aspetti delle linee-guida per specificità e caratteristiche settoriali e dimensionali, unitamente ad una loro focalizzazione per contesti territoriali, introducendo la dimensione dell'agire locale - particolarmente rilevante alla luce della natura

del Gruppo Credito Valtellinese. Ipotizzando la predisposizione di linee-guida a livello di sistema per l'integrazione della responsabilità sociale d'impresa all'interno delle banche, è evidenziata l'esigenza di ricondurre i progetti e le attività entro un disegno strategico definito.

Il "valore di rendere conto" è ribadito sotto forma di "riflessioni volte a supportare una sempre maggiore integrazione fra la reportistica di sostenibilità e il bilancio civilistico in termini di contenuti, di fruibilità delle informazioni da parte dei diversi stakeholder interessati, di presentazione congiunta delle informazioni".

È infine condiviso l'approccio proposto dall'esecutivo, che mira ad individuare il possibile contributo della RSI alle stesse politiche di sviluppo e all'innovazione del sistema economico.

## La responsabilità sociale per un Gruppo bancario cooperativo

I valori cooperativi offrono un saldo quadro etico di riferimento.

Per un Gruppo bancario cooperativo vale l'esigenza di un'operatività non limitata al breve periodo, non auto-referenziale e attenta anche agli aspetti non tipicamente economici, in una logica che intravede e persegue una connessione forte tra benessere economico e coesione sociale. La costante vicinanza alle realtà economiche e sociali dei territori serviti e l'impegno nei confronti della

società civile e delle comunità locali rappresentano un presupposto naturale - iscritto nello stesso loro DNA - di una responsabilità sociale non formale.

Le banche popolari infatti per loro natura si presentano sul territorio in forma di "agenti dello sviluppo" sociale, civile e culturale. Il modello di business loro comune, orientato alle relazioni e al territorio, definisce aziende che restano locali nel senso più proprio del termine: incardinate nelle proprie zone di insediamento; la tradizione di attenzione al Socio-cliente-comunità a sua volta rafforza un'impostazione naturale di "aziende socialmente responsabili".

Come ultima considerazione, ma non meno importante delle precedenti, le banche cooperative partecipano alla stessa vita e allo sviluppo delle proprie comunità locali tramite il lavoro delle proprie Fondazioni.

Le banche popolari - e l'intero Gruppo Credito Valtellinese, a matrice popolare, tra loro - servono in primo luogo i propri Soci e la comunità locale determinando un equilibrio tra i principi cooperativi di libertà, responsabilità individuale, solidarietà e impegno sociale e i requisiti di redditività e patrimonializzazione legati alle proprie attività di business. La stessa responsabilità sociale è naturalmente compresa nell'identità cooperativa: entrambi i concetti promuovono i valori della coesione sociale, dell'apertura e del dialogo verso l'ambiente esterno, destinando parte del valore prodotto ad accrescere la qualità di vita della comunità in cui opera l'impresa.

Dal punto di vista quantitativo, come illustrato dal Bilancio Sociale 2006 della categoria, le banche popolari destinano a iniziative sociali una percentuale di utili di dimensioni triple rispetto al sistema.



## La responsabilità sociale nel Gruppo Credito Valtellinese

Nel Gruppo Credito Valtellinese la responsabilità sociale è parte integrante del sistema di governance e della strategia d'impresa; contribuisce a disegnarne la stessa identità, determinando una sorta di "posizionamento sociale" che si accompagna al tradizionale posizionamento economico; viene considerata sempre più come un investimento d'impresa, fonte di opportunità e di vantaggio competitivo e di differenziazione; assume le vesti di vera e propria "responsabilità per lo sviluppo" - in questo senso tutte le banche territoriali del Gruppo si propongono sul mercato come vere e proprie stimolatrici e catalizzatrici dei fattori di crescita locali.

La responsabilità sociale rappresenta una forma concreta di attenzione agli interessi e ai diritti degli stakeholder e di rispetto dell'ambiente fisico e dei territori, una sorta di "attività quotidiana dell'impresa" non necessariamente codificata formalmente; in questo senso la RSI è intesa come la capacità reale di rispondere dell'azione del Gruppo nei confronti dei propri interlocutori e della comunità in generale, un elemento "naturale" che scaturisce dalla

condivisione della missione aziendale e diventa parte dello stesso posizionamento strategico.

Un approccio gestionale orientato in questo senso costituisce anche una leva per migliorare il clima con i consumatori/clienti e aumenta la fiducia e la fedeltà alle banche del Gruppo incidendo direttamente sullo stesso tasso di fidelizzazione; instaura un legame fiduciario che si radica in una conoscenza reciproca progressiva e in un consolidamento della rete di relazioni, accrescendo nel lungo periodo il valore creato e redistribuito agli stakeholder.

Pur in presenza del processo di crescita molto sostenuto che ha caratterizzato il Gruppo a partire dai primi anni novanta, per le comunità locali servite non è venuto meno l'importante contributo allo sviluppo delle relative economie: il risparmio è stato generalmente allocato all'interno della medesima area in cui viene raccolto.

Per il Gruppo la responsabilità sociale è un investimento che premia nel medio-lungo periodo e si rivela associato ad una serie di vantaggi:

- consolidamento ed accrescimento della reputazione ed immagine aziendale;
- creazione e rafforzamento di un legame di fiducia con gli stakeholder;
- aumento della motivazione e del senso di appartenenza dei dipendenti;
- contenimento dei rischi e dei costi (ad esempio per le vertenze sindacali);
- contributo allo sviluppo economico, sociale e ambientale e al vantaggio competitivo.

Al tema è dedicata un'intera sezione del sito Internet (<http://www.creval.it/attivitaSociali2007/attivitaSociali.html>).

In ultimo, ma non come considerazione di minor rilievo, la responsabilità sociale d'impresa consente a tutte le banche e società del Gruppo di mobilitare risorse e consensi per la predisposizione di sistemi d'offerta innovativi e ricchi di valore e valori - a tal fine è da considerare sempre più come un insieme di comportamenti concreti, anche di tipo informale, piuttosto che una vera e propria teoria consolidata e sovente fine a se stessa.



## Le iniziative

Nel corso del 2007 il Gruppo Credito Valtellinese ha costruito un'agenda sociale selettiva nella scelta delle iniziative di cui si dà conto sotto forma di dieci attività - sorgenti di idee innovative in grado di trasformare i principi di responsabilità sociale in "opportunità sociali" e di supportare le comunità di riferimento in termini di benefici ampi e significativi. La logica sottostante le politiche sociali segue sempre il principio dell'efficacia condivisa, ovvero un beneficio rilevante per la società che rivesta un valore anche per le banche e le imprese del Gruppo. In questo modo si sviluppa un rapporto "simbiotico": da un lato i successi del Gruppo e della comunità si sostengono e rafforzano a vicenda, dall'altro iniziative efficaci di "cittadinanza d'impresa" migliorano i rapporti con i portatori di interesse.

### a. CSR benchmark

Il Gruppo ha aderito all'iniziativa CSR Benchmark, proposta e guidata dall'Associazione Bancaria Italiana; sulla base della compilazione di apposito questionario, ABI ha fornito la "fotografia" dell'impegno interno in tema di responsabilità sociale d'impresa.

Il rapporto risultante è strutturato in macroclassi di variabili in cui vengono analizzati:

- 1 strategia;
- 2 rendiconto agli stakeholder;
- 3 coinvolgimento degli stakeholder;
- 4 strumenti/prodotti;
- 5 struttura organizzativa preposta.

Sulla scorta di un raffronto con dieci Gruppi bancari a dimensione nazionale a loro volta partecipanti al progetto, è stato elaborato un "rapporto personalizzato consolidato" che definisce il posizionamento interno in termini di responsabilità sociale. Le risultanze emerse, con riferimento alle cinque componenti, sono così sintetizzabili:

- 1 strategia: impegno interno (formalizzazione dell'impegno di responsabilità sociale, codice etico, comitato

ABI projects



CSR  
Benchmark

etico, altri comitati) medio, impegno esterno (in termini in particolare di iniziative/tavoli di lavoro e indici di sostenibilità) con margini di miglioramento;

- 2 rendiconto agli stakeholder: è evidenziato, con riferimento al Bilancio Sociale 2006, come vi sia un riferimento alle linee-guida per la rendicontazione maggiormente diffuse e condivise, sia stato sviluppato un processo di elaborazione e condivisione della documentazione di RSI che coinvolge una pluralità di soggetti interni ed esterni all'azienda (organi e funzioni aziendali e stakeholder) tale da conferirle una valenza strategico-gestionale soddisfacente, sia stato attivato un processo di diffusione del documento verso l'esterno;
- 3 a quest'ultimo riguardo, il Gruppo conduce forme di dialogo in linea con i valori medi del gruppo di riferimento per impegno interno e esterno e parzialmente allineate con l'elaborazione di progetti specifici trasversali all'attività bancaria;
- 4 strumenti/prodotti: non è ancora presente un impegno nelle attività di investimento socialmente responsabile, mentre si rileva un livello medio-alto di attenzione al miglioramento dell'accessibilità ai servizi finanziari dei soggetti disabili;
- 5 struttura: rispetto al campione di riferimento il Gruppo evidenzia un'attenzione alle risorse dedicate che si attesta su un livello alto e un valore medio-alto di offerta di strumenti formativi per diffondere conoscenze di responsabilità sociale fra i collaboratori (in linea con gli obiettivi strategici di impegno interno profuso), ma non presenta elementi di RSI nella messa a punto della politica incentivante - in analogia con nove dei dieci Gruppi partecipanti alla rilevazione.



## b. Codice comportamentale

Il contenuto dei codici di comportamento è generalmente focalizzato su due aspetti prioritari:

- 1** definizione di principi e standard che ispirino l'attività dell'azienda, anche in termini di "codice morale";
- 2** predisposizione di linee-guida per il comportamento dei dipendenti, con riferimento anche a situazioni potenzialmente conflittuali (ad esempio trattamento dei dati riservati e comportamento da osservare nei confronti della clientela).

Il codice comportamentale del Gruppo risponde a questi requisiti costituendo lo strumento di definizione ed enunciazione dei diritti, doveri e responsabilità nei confronti di tutti gli stakeholder; fissa gli orientamenti di condotta che regolano i rapporti con gli interlocutori interni ed esterni, determinando gli impegni consapevolmente assunti e quelli richiesti. Tramite l'esplicitazione della propria *mission* e il codice comportamentale il Gruppo determina il proprio "contratto sociale" con le varie categorie di portatori di interesse.

Nell'ambito della rivisitazione del "Modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del Decreto Legislativo 231/01", inteso come l'insieme delle regole operative e delle norme deontologiche adottate dalle banche e società del Gruppo in funzione delle specifiche attività svolte al fine di prevenire la commissione di reati previsti dal Decreto, nella seduta del 17 luglio 2007 il Consiglio di Amministrazione del Credito Valtellinese ha approvato una nuova versione del codice, che integra tale Modello; gli aggiornamenti fondamentali riguardano le nuove fattispecie di reato introdotte dalla normativa in tema di abusi di mercato e le regole di condotta per le operazioni su monete, banconote, bollati e altri valori.

Il codice comportamentale rappresenta uno strumento per affermare la cultura aziendale del Gruppo, accrescere il grado di coesione interna e rendere l'identità comportamentale interna un valore primario; si riferisce anche ai rapporti con l'esterno, statuendo come la condotta sia orientata a principi di trasparenza, affidabilità, legalità, lealtà, correttezza, responsabilità e qualità; vi sono declinati i vincoli operativo-relazionali nei confronti dei portatori di interesse (clientela, fornitori, collettività e soggetti esterni - autorità di controllo, pubbliche amministrazioni, organizzazioni politiche e sindacali, organi di informazione). Tutte le banche e società del Gruppo hanno condiviso e recepito il codice, approvando i principi di orientamento dell'attività - puntuale osservanza delle leggi, concorrenza leale, rispetto degli interessi



legittimi di Soci, clienti, dipendenti, fornitori, istituzioni e collettività -, che contribuiscono al rafforzamento dei principi della qualità e a supportare un sistema di prevenzione formalizzato in tema di responsabilità amministrativa degli enti.

I contenuti sono basati su tre ordini di considerazioni:

- 1** individuazione e fissazione di regole codificate;
- 2** formazione dei dipendenti al riguardo e creazione di una cultura condivisa intorno ai relativi principi e valori;
- 3** definizione di un sistema di controllo e sanzionamento dei comportamenti non in linea con le prescrizioni contenute.

Giova sottolineare come i principi di responsabilità siano in primo luogo connaturati all'etica delle persone; in questo senso, la stessa efficacia dei codici di comportamento dipende dall'adesione di chi li deve osservare, più ancora che dai meccanismi sanzionatori connessi.



### C. La ricerca della qualità

La banca Capogruppo è stata il primo intermediario finanziario in Italia ad ottenere l'attestato per un processo operativo nel 1995. Due sono le principali motivazioni che hanno condotto il Gruppo all'adozione delle norme ISO 9000:

- 1 impostazione sistemica per realizzare al meglio i programmi e progetti in tema di qualità, attivati per perseguire la soddisfazione dei clienti e di tutte le parti interessate;
- 2 necessità di adottare norme certe, ufficiali, non modificabili a discrezione dell'azienda.

Le altre banche e società hanno seguito l'esempio della Capogruppo ed ottenuto le rispettive certificazioni secondo la seguente scansione temporale:

- 1997** Credito Artigiano;
- 1998** Bankadati Servizi Informatici;

- 1999** Stelline Servizi Immobiliari;
- 2000** Bancaperta;
- 2002** Credito Siciliano;
- 2005** Deltas CFP (Centro di Formazione Professionale);
- 2006** Banca dell'Artigianato e dell'Industria;
- 2006** Creset.

Aperta SGR ha affrontato per la prima volta nel 2007 il percorso di certificazione in base al dettato della norma ISO 9001, dimostrando a sua volta la propria conformità. Nel corso dell'anno sono state rinnovate tutte le attestazioni per i servizi erogati dalle dieci banche e società del Gruppo già certificate con riferimento alle norme ISO e Bancaperta ha ottenuto il riconoscimento per i servizi di commercio elettronico QWEB Mark; i valutatori del CISQCERT hanno operato presso le strutture centrali e su un campione di 46 dipendenze dislocate sul territorio, evidenziando il permanere delle condizioni che hanno consentito le certificazioni.

L'organismo di certificazione ha emesso inoltre per la prima volta un "Certificato Corporate UNI EN ISO 9001:2000 per il Gruppo Credito Valtellinese" per rendere esplicita e valorizzare l'integrazione e la coerenza, tra le varie società del Gruppo, del sistema qualità e dei processi certificati. A fine 2007 la situazione delle certificazioni è così rappresentata:

- Credito Valtellinese, Credito Artigiano, Credito Siciliano e Banca dell'Artigianato e dell'Industria: progettazione ed erogazione dei servizi dell'area del credito, dei trasferimenti, degli investimenti e dei servizi di tesoreria e cassa in favore di Enti pubblici e privati;
- Bancaperta: erogazione, mediante supporto Internet, di servizi bancari a clienti propri e delle banche del Gruppo. Gestione dei flussi finanziari, prestazione di servizi ed attività di investimento a clientela propria e della banche del Gruppo. Gestione per l'intero Gruppo dei servizi di private banking, bancassicurazione ed estero;
- Aperta SGR: servizi di gestione del risparmio;
- Bankadati Servizi Informatici: progettazione, sviluppo, manutenzione di applicazioni software e gestione di sistemi informativi aziendali;
- Stelline Servizi Immobiliari: progettazione e coordinamento della realizzazione e gestione di immobili;
- Deltas CFP (Centro di Formazione Professionale): progettazione ed erogazione di corsi di formazione continua in ambito bancario;
- Creset Servizi Territoriali: gestione dei servizi di fiscalità locale;
- Fondazione Gruppo Credito Valtellinese: sistema di responsabilità sociale.

## d. PattiChiari



PattiChiari - consorzio di 167 banche italiane per un totale di oltre 26mila sportelli sul territorio (corrispondenti all'83% dell'intero sistema bancario italiano), promosso dall'Associazione Bancaria Italiana nel settembre 2003 - si pone l'obiettivo di diffondere la conoscenza dei prodotti e servizi bancari attraverso la realizzazione di strumenti concreti nell'area del risparmio, del credito e dei servizi, diffusi attraverso l'implementazione di una serie di iniziative realizzate per consentire la scelta consapevole dei prodotti/servizi bancari, nell'ottica di valorizzare ed accrescere la qualità della relazione tra aziende di credito e clienti secondo modalità chiare, trasparenti, comparabili e orientate ad un approccio di responsabilità sociale d'impresa. Le iniziative in essere sono riepilogate nel manifesto in pagina.

Il Gruppo ha aderito con convinzione e determinazione al progetto, condividendone l'ispirazione e ottenendo a partire dal 2004 la certificazione per tutte le attività evidenziate ad eccezione di "investimenti finanziari a confronto" (iniziativa sospesa a seguito dell'entrata in vigore della normativa MIFID). Bancaperta, non rientrando i restanti servizi nel proprio *core business*, ha richiesto e ottenuto l'attestazione per "servizio bancario di base", "disponibilità assegni", "tempi medi di risposta", "criteri generali di valutazione" e "cambio conto".

Nel corso del 2007 l'iniziativa ha visto proseguire il contatto con il territorio (PattiChiari in città); oltre trentamila cittadini sono risultati coinvolti nelle piazze di dodici città nei ventiquattro giorni di attività del tour.

Il Consorzio ha inoltre studiato e realizzato un progetto di educazione finanziaria che coinvolge direttamente i ragazzi delle scuole superiori ("PattiChiari con l'economia"), il cui obiettivo consiste nel fornire agli studenti l'opportunità di integrare le conoscenze scolastiche tradizionali con nuovi percorsi formativi finalizzati a comprendere le principali tematiche dell'economia e della finanza: il Gruppo vi ha aderito proponendo questa formazione mirata nella provincia di Sondrio, a Lecco, Como, Catania e Palermo.

Sulla base di un linguaggio condiviso guidato dalle tre parole d'ordine della trasparenza, chiarezza e semplicità, l'obiettivo di migliorare la relazione tra banche e clienti viene perseguito anche tramite "Dialogo" ("dialogare per capire e per scegliere"), guida al servizio dei cittadini articolata in sedici capitoli che esamina i molteplici aspetti dei rapporti tra intermediari finanziari e clienti.

La più importante campagna mediatica del Consorzio, caratterizzata dalla presenza di *testimonial* del mondo delle professioni, ha accompagnato la nascita di un'iniziativa basata su due frasi evocative: "parlare alla tua banca con chiarezza permette alla tua banca di parlarti con chiarezza" e "conoscere meglio il mio profilo aiuta la banca a dialogare con me". Il ruolo e l'attività di PattiChiari sono in corso di parziale ridisegno alla luce del conferimento al Consorzio delle iniziative inserite nel quadro del "Piano d'azione per il miglioramento dei rapporti tra banche e clientela" approvato in sede di Associazione Bancaria Italiana. La riconfigurazione nasce dall'esigenza di assicurare la terzietà/neutralità delle informazioni veicolate alla clientela e di incorporare al proprio interno un organo multistakeholder, con funzione consultiva.

Il Piano d'azione riguarda le seguenti iniziative:

- 1 trasparenza e semplicità nei rapporti tra banche e clientela, con riferimento ai contratti, alla durata delle condizioni, alle comunicazioni alla clientela;
- 2 modalità di rappresentazione dei prezzi (tramite la definizione di un "indicatore sintetico di costo");
- 3 consulenza, adeguatezza e assistenza pre- e post-vendita per i prodotti finanziari distribuiti agli sportelli;
- 4 eliminazione delle barriere e dei vincoli alla mobilità dei clienti.

## e. Internet Saloon

L'iniziativa Internet Saloon nasce a Milano nel 2000 con il sostegno del Credito Artigiano, di Microsoft e dell'Associazione per gli Interessi Metropolitan e si sviluppa quattro anni dopo anche a Sondrio. Assume la forma di una scuola stabile, dedicata agli ultrasessantenni, per l'insegnamento della navigazione in Internet e l'uso della posta elettronica e di molti altri programmi informatici. Dal 20 settembre 2000, giorno di apertura della scuola, al dicembre 2007 si sono tenuti oltre 1.800 corsi con il coinvolgimento di più di 13.000 persone.

I tre anni della sede di Sondrio sono stati festeggiati in un'apposita manifestazione, svoltasi il 21 giugno 2007 presso il Castel Masegra, da poco restaurato e riaperto al pubblico; con l'occasione sono stati consegnati 82 "superdiplomi" a tutti gli iscritti che hanno frequentato cinque o più corsi.

Oltre ai corsi gratuiti già attivi di Internet Base, Internet Avanzato, Word, Excel, Windows, Antivirus, Publisher, Home banking, Trading on line aperti a tutta la collettività senza distinzioni a partire dai trent'anni di età, nel corso dell'anno Internet Saloon Sondrio ha attivato due proposte al servizio della cittadinanza: la creazione di Blog - come creare e gestire un sito Internet - e un corso di Fotografia digitale. Ha preso inoltre inizio il nuovo progetto "Web: mamme&bambini", corso di Word dedicato a tutte le signore (mamme e non) accompagnate da un bambino a testa.

A Milano Internet Saloon ha visto la partecipazione di Credito Artigiano, Microsoft e Telecom Italia che, oltre ad avere fornito le attrezzature per la scuola (i locali, gli arredi, i PC, i software e le linee di collegamento alla rete), hanno continuato a garantire le risorse per offrire il servizio. È proseguita l'attività di visite guidate a esposizioni o musei di particolare interesse, cui si è affiancato - in analogia con gli anni precedenti - un corso di lingua e cultura francese in collaborazione con il Centro Culturale Francese del Capoluogo lombardo.

Una terza sede operativa a Pavia è stata attivata il 5 marzo 2008.

## f. Conto NoProfit

Al fine di sollecitare la sottoscrizione del conto dedicato alle Onlus, alle Associazioni di Promozione Sociale ed alle Fondazioni che operano nel campo dell'assistenza sanitaria, della promozione culturale, dello sport dilettantistico e della tutela dei diritti civili, a tutte le agenzie del Gruppo sono stati forniti appositi elenchi delle asso-

ciazioni no profit presenti sul territorio; una campagna "ad hoc" ha consentito l'invio alle stesse di materiale pubblicitario mirato.

A fine 2007 il numero di conti sottoscritto era pari a 682 unità.

### SODALITAS SOCIAL AWARD: citato Conto NoProfit

(estratti dalla pubblicazione realizzata a cura della redazione di Vita non Profit Magazine "Il libro d'oro della responsabilità sociale d'impresa", Edizione speciale 5° anno).

Obiettivi e finalità del prodotto sono riconducibili esclusivamente a risultati qualitativi volti ad accompagnare e sostenere, in modo semplice e chiaro, l'attività di tutti coloro che operano nell'ambito del volontariato con il preciso fine di supportarne l'impegno.

La testimonianza principe di questa affermazione è da imputarsi all'attività di miglioramento delle condizioni effettuata innanzitutto alle associazioni no profit già clienti.

## g. Creval Energia Pulita

Nel 2007 è stato lanciato Creval Energia Pulita, finanziamento studiato allo scopo di agevolare privati ed imprese nell'acquisto e installazione di impianti per la produzione di energia da fonti rinnovabili (fotovoltaici, solari, termici, biomasse, geotermici) e per altri progetti relativi alla salvaguardia ambientale. Il finanziamento prevede durate fino a 10 anni, tassi agevolati e una copertura fino al 100% della spesa per la realizzazione dell'impianto.



Dalla natura l'energia, dalla tua banca il finanziamento

Investire nella tutela dell'ambiente conviene, e da oggi ancora di più. Creval Energia Pulita è il finanziamento, a tassi e condizioni particolarmente vantaggiose, destinato a privati e imprese che acquistano un impianto fotovoltaico, installano pannelli solari e investono in progetti finalizzati alla salvaguardia ambientale.

GRUPPO BANCARIO  
Credito Valtellinese  
VALORI IN CORSO

www.creval.it

CREDITO VALTELLINESE, CREDITO ARTIGIANO, CREDITO SICILIANO,  
BANCA DELL'ARTIGIANATO E DELL'INDUSTRIA, BANCAPERTA.

## h. Cometa e Argo

Cometa ed Argo sono progetti ideati per facilitare l'orientamento dei giovani; si attuano integrando il piano formativo scolastico e sono destinati principalmente agli alunni - unitamente a coloro che svolgono una funzione rilevante nel processo di orientamento (insegnanti, referenti scolastici, familiari); mirano ad una crescita equilibrata dei giovani e ad un loro adeguato inserimento nel mercato del lavoro.

L'edizione di Cometa per l'anno scolastico 2006/2007 si è caratterizzata per la totale partecipazione degli istituti scolastici secondari di primo grado dell'intera provincia di Sondrio (1.760 alunni). L'edizione di Argo relativa allo

stesso periodo ha coinvolto dodici istituti secondari di secondo grado del medesimo territorio, con diciotto indirizzi di studio e la partecipazione di circa 800 alunni. Le due attività sono state proposte gratuitamente in collaborazione con l'Amministrazione provinciale e la rete di scuole di Sondrio e si sono realizzate anche grazie alla piena condivisione del progetto da parte di istituzioni locali, Ufficio Scolastico, insegnanti e dirigenti. Fondamentale è risultato il supporto scientifico e metodologico fornito dagli psicologi del Centro di Ricerche sull'Orientamento Scolastico-Professionale e Sviluppo delle Organizzazioni (CROSS) dell'Università Cattolica di Milano.

### SODALITAS SOCIAL AWARD: premiata la Fondazione Gruppo Credito Valtellinese

(estratti dalla pubblicazione realizzata a cura della redazione di Vita non Profit Magazine "Il libro d'oro della responsabilità sociale d'impresa", Edizione speciale 5° anno)

#### MOTIVAZIONE

La Fondazione Gruppo Credito Valtellinese ha realizzato dei progetti di orientamento, Cometa ed Argo, che si caratterizzano come percorso formativo, oltre che informativo, destinato agli alunni delle scuole, ma anche a tutti coloro che hanno una funzione rilevante nel processo di orientamento dei giovani (...).

L'elemento caratterizzante del progetto intende essere l'integrazione tra i diversi ruoli che concorrono a definire una scelta di percorso di studi (...). L'orientamento si configura in tale contesto come accompagnamento alla scelta di un percorso scolastico o lavorativo strettamente correlato alle inclinazioni, alle potenzialità ed agli interessi del giovane, piuttosto che come l'"indicazione della strada", favorendo una maturazione basata sulla maggior consapevolezza e conoscenza di sé, rapportata poi alle opportunità e ai vincoli del mercato del lavoro locale, al fine di consentire un adeguato e proficuo inserimento nella vita sociale e nel mondo del lavoro con riguardo alle dimensioni locali e nazionali.

Tutte le azioni sono state proposte agli utenti in forma gratuita. La Fondazione Gruppo Credito Valtellinese, tramite il Settore Orientamento e Formazione, è l'ente promotore e ideatore dei progetti, definiti sulla base della rilevanza delle esigenze specifiche del territorio e mantiene, inoltre, il coordinamento di tutte le azioni e delle relazioni tra i vari partner dell'iniziativa oltre all'investimento economico. I progetti si collocano nell'ambito di una serie di interventi per l'attuazione di un piano strategico volto alla crescita delle risorse umane e all'investimento formativo e valoriale sui giovani, intesi come motore dello sviluppo della società futura e rispondono all'aspettativa di diversi stakeholder: giovani studenti, famiglie, insegnanti, dirigenti scolastici, istituzioni di categoria, operatori economici ed enti locali. La Fondazione ha investito nei progetti circa 100.000 euro, utilizzando parte degli utili della banca Credito Valtellinese (...) per assolvere alle finalità di intervento nel campo della solidarietà sociale e delle iniziative culturali ad essa demandate.

#### RISULTATI

Grazie al progetto sono stati coinvolti tutti gli studenti di terza media della provincia di Sondrio, proponendo un modello comune di orientamento oggi adottato da tutti gli istituti scolastici della provincia. L'iniziativa ha ottenuto ampi consensi dai partner, dagli stakeholder coinvolti, dalla stampa e dalla provincia ed è stata considerata un esempio di eccellenza a livello nazionale anche dall'Istituto Regionale Scolastico della Lombardia. Il modello si considera replicabile anche in altre realtà. I progetti hanno diffuso una cultura dell'orientamento e hanno notevolmente migliorato il livello di consapevolezza relativamente alla problematica occupazionale e all'importanza di individuare percorsi formativi e professionali che contribuiscano ad uno sviluppo personale e sociale/economico. Il progetto Cometa, nello specifico, ha determinato iscrizioni degli studenti di terza media alle scuole superiori più rispondente all'offerta occupazionale provinciale e in linea con gli interessi personali espressi nei questionari.

## i. Progetto Creval Insieme

Il senso di responsabilità verso tutti gli stakeholder ha portato ad intensificare le opportunità di dialogo con le comunità e le aree di riferimento e ad avviare, in occasione del centenario della Capogruppo Credito Valtellinese, uno specifico progetto - Creval Insieme -

volto a valorizzare l'attività di volontariato svolta dai collaboratori. Creval Insieme (insignito del Premio Cerchio d'Oro 2008 dell'Innovazione Finanziaria nella categoria Marketing Sociale) è una *community* aperta formata da circa mille dipendenti del Gruppo e loro familiari

che svolgono attività di volontariato nelle diverse associazioni sul territorio e dagli oltre cinquecento collaboratori che hanno dichiarato l'interesse a offrire il proprio contributo in attività socialmente utili.

Per meglio comprendere le dimensioni del volontariato aziendale è stato predisposto un questionario volto a indagare il settore di impegno sociale e le necessità prevalenti della associazione di riferimento; al fine di rispondere ai bisogni segnalati il Gruppo ha predisposto una procedura semplificata di sponsorizzazione attraverso la quale i colleghi possono richiedere fondi per sostenere le iniziative promosse dalla propria associazione.

Creval Insieme mette inoltre a disposizione materiale promozionale personalizzato, una consulenza sulle più innovative tecniche per la raccolta fondi e un'articolata rete di fornitori per l'approvvigionamento di materiale vario (hardware, software, cancelleria, ecc.) a condizioni di favore; costituisce un'importante finestra di visibilità attraverso la creazione di un sito "ad hoc" nel quale la comunità potrà scambiare le proprie esperienze e raccogliere le adesioni da parte dei collaboratori interessati a svolgere nuove attività in ambito sociale.

Il sostegno alle associazioni e agli enti no profit operanti sul territorio sulla base della sensibilizzazione e dell'aiuto delle risorse interne diviene così uno strumento che consente al Gruppo di promuovere comportamenti socialmente attivi, contribuire al benessere sociale delle comunità in cui opera e perseguire nel contempo finalità imprenditoriali e promozionali - Creval Insieme si configura in questo modo come una modalità importante per vivere in modo attivo l'aspetto nei territori in cui operano le filiali.



## I. Il collocamento Bond BEI

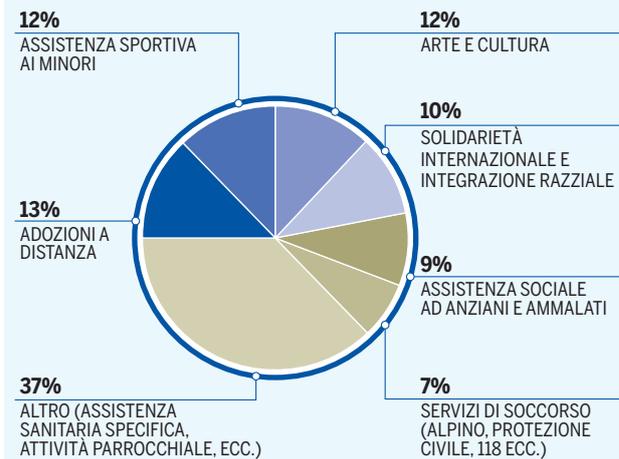
Nel rispetto dell'orientamento strategico di dare rilievo all'attività produttiva in termini di coesione sociale e salvaguardia dell'ambiente e al fine di fornire adeguati e validi prodotti di investimento per rispondere alle molteplici richieste della clientela, il Gruppo ha aderito al consorzio di collocamento del Bond denominato "Climate Awareness Bond" emesso dalla Banca europea degli investimenti e legato alle energie rinnovabili. La scelta mira a consolidare l'ambito della responsabilità sociale in cui primari

## I RISULTATI DEL QUESTIONARIO

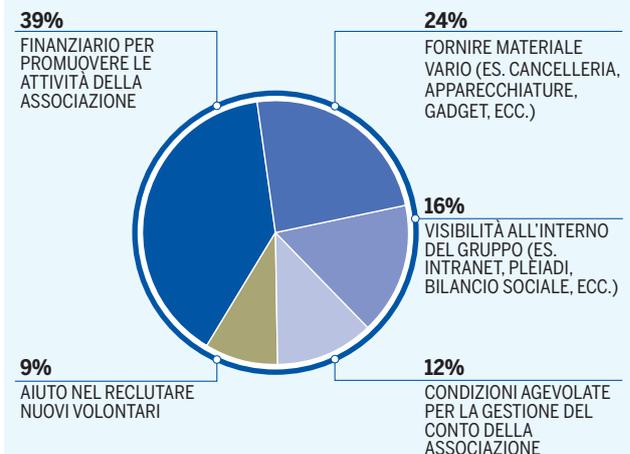
La compilazione di apposito questionario da parte dei collaboratori del Gruppo evidenzia come oltre il 10% dei dipendenti già svolga attività di volontariato.

I risultati sono riassunti di seguito:

### AMBITI DI ATTIVITÀ SOCIALE DEI DIPENDENTI



### CONTRIBUTO RICHIESTO PER LA PROPRIA ASSOCIAZIONE



risultano l'attenzione e la sensibilità alle tematiche ambientali, la continua ricerca di una maggior efficienza nello sfruttamento delle risorse energetiche e l'utilizzo di risorse rinnovabili. Novità assoluta dell'obbligazione è la presenza di un'opzione a scadenza che offre al sottoscrittore la facoltà di "rinunciare" ad una porzione di rendimento per destinarla all'acquisto, e successivo annullamento, di certificati CO<sub>2</sub> (documenti attestanti un effettivo impegno alla riduzione di emissioni di anidride carbonica).

## Il ruolo della Fondazione

La Fondazione Gruppo Credito Valtellinese rappresenta l'espressione diretta di una filosofia sociale che trae origine dalla peculiare vocazione del Credito Valtellinese di banca popolare cooperativa radicata nel territorio; costituita a Sondrio nel marzo 1998 dalla banca Credito Valtellinese, ottiene nel novembre dello stesso anno il riconoscimento della Regione Lombardia. Nel gennaio 2002 si trasforma da

Fondazione regionale a Fondazione nazionale tramite l'accoglimento dell'istanza per l'iscrizione nel Registro delle persone giuridiche nazionali ed assume la denominazione di Fondazione Gruppo Credito Valtellinese, attuando in tal modo la previsione espressa nel Piano Strategico del Gruppo di estensione della propria operatività di promozione socio-culturale a favore di tutti i territori in cui operano le Banche

territoriali del Gruppo.

Scopo dell'attività è la promozione ed il sostegno di iniziative finalizzate al progresso culturale, scientifico, sociale, socio-economico e morale del territorio nazionale italiano (articolo 2 dello statuto).

L'attività svolta nel corso dell'anno è dettagliata nella sezione dedicata alla Relazione Sociale all'interno della dimensione "collettività", di cui costituisce parte essenziale.

## Certificazione di responsabilità sociale d'impresa



In questa attività la Fondazione è impegnata anche in un sistema di controllo e promozione della norma presso i propri fornitori e i beneficiari degli interventi effettuati, dimostrando di operare con costanza nel tempo nel rispetto dei diritti umani con riguardo a otto punti fondamentali tra cui in particolare:

- l'esplicitazione della propria politica e dei propri impegni in materia di responsabilità sociale d'impresa;
  - la previsione che la diffusione e l'attuazione dei relativi requisiti avvenga a tutti i livelli aziendali
- cui si affianca un nono requisito: il sistema di gestione della responsabilità sociale.

Elaborata nel 1997 dal CEPAA - trasformatosi nell'organizzazione no profit Sai (Social Accountability International) -, la certificazione SA 8000 si propone l'obiettivo di presidiare le condizioni di lavoro dell'impresa e delle aziende che si trovano a monte di questa filiera produttiva, di cui intende garantire criteri di eticità nello svolgimento dell'attività.

L'ottenimento dell'attestato, oggetto di regolare e accurata attività di audit, impone una costante verifica di coerenza fra *mission*/visione aziendale e comportamenti concreti negli stili di direzione e nelle politiche praticate; i principi relativi sono implementati nel sistema di gestione da tutti i dipendenti - ottimizzando nel contempo le relazioni tra personale e azienda e favorendo un modello partecipativo e di dialogo con i lavoratori - e ne sono attuate azioni di diffusione, anche tramite il coinvolgimento dei fornitori nell'adesione agli stessi e l'avvio di un ciclo continuo di azioni di miglioramento.

La Fondazione Gruppo Credito Valtellinese si è confrontata con la norma internazionale SA 8000 ottenendo la certificazione di "responsabilità sociale" su base volontaria nel 2004; l'applicazione concerne il rispetto di una serie di requisiti minimi in tema di diritti umani e sociali nella produzione di beni e servizi, la cui conformità è sottoposta alla valutazione di un organismo esterno indipendente e accreditato a rilasciare la relativa certificazione.

## Sodalitas Social Award

Il Sodalitas Social Award, giunto nel 2007 alla quinta edizione, conferma la rilevanza delle tematiche della responsabilità sociale d'impresa all'interno del mondo produttivo italiano: 225 aziende si sono candidate al premio, presentando complessivamente 271 progetti (28% in più rispetto all'edizione precedente).

Il Gruppo Credito Valtellinese, premiato nella cerimonia svoltasi il 13 giugno 2007, ha ottenuto una menzione speciale ed una citazione, come di seguito indicato.

All'interno della categoria "Programma di partnership nella comunità" (76 partecipanti), riguardante le iniziative che contribuiscono al miglioramento della qualità di vita della comunità e favoriscono la coesione sociale attraverso partnership con organizzazioni della società civile e/o pubbliche amministrazioni, la Fondazione Gruppo Credito Valtellinese ha ottenuto una menzione speciale per il programma di orientamento scolastico Cometa e Argo con la seguente motivazione: "per aver sviluppato un percorso di orientamento scolastico dedicato agli studenti delle scuole secondarie, al fine di indirizzare concretamente le scelte di studio e di lavoro più consone alle inclinazioni, alle potenzialità e agli interessi dei giovani, tenuto conto delle limitazioni del mercato del lavoro nel territorio" (un approfondimento è contenuto nella sezione che precede dedicata alle iniziative di responsabilità sociale).

I due progetti offrono ai giovani studenti la possibilità di acquisire maggior consapevolezza e conoscenza di sé per giungere ad una scelta di studi o professionale adeguata. L'investimento nell'orientamento e nella formazione dei giovani assume una valenza strategica in quanto significa dare speranza di futuro alla

società - si tratta della *mission* de il Quadrivio, centro di orientamento della Fondazione Gruppo Credito Valtellinese. L'attività è stata proposta gratuitamente in collaborazione con l'Amministrazione provinciale e la rete di scuole di Sondrio. Nell'ambito dell'"Innovazione di prodotto o servizio" (44 partecipanti)

è citato il Gruppo Credito Valtellinese con riguardo al ContoNoProfit - riservato alle Onlus, alle Associazioni di Promozione Sociale ed alle Fondazioni che operano nel campo dell'assistenza sanitaria, della promozione culturale, dello sport dilettantistico e della tutela dei diritti civili.



A close-up photograph of a dandelion seed head, showing numerous individual seeds with their feathery pappus. The seeds are arranged in a dense, spherical pattern. The word "Gruppo" is overlaid in a large, white, sans-serif font in the center-right of the image.

Gruppo

## Capitolo 2

# L'identità del Gruppo

**Introduzione**

**Corporate identity. L'orgoglio di una presenza**

**L'evoluzione storica: il centenario**

**Il modello organizzativo**

**Gruppo a matrice popolare**

**Gruppo a rete**

**Gruppo di relazione**

**Gruppo e comunità virtuale**

**Le risorse intangibili**

**Corporate governance**

**Consigli di Amministrazione e Direzioni Generali**

**I controlli interni**

**Compliance**

**Il piano strategico**

**Lo sviluppo della rete territoriale**

**Il progetto centenario**

**Il patrimonio artistico**

Il Gruppo Credito Valtellinese considera le variabili sociali e il governo delle relazioni con gli attori del territorio come elemento costitutivo della propria identità e del modello di business.

Elevato livello di innovazione tecnologica, capacità organizzativa e qualità manageriale rappresentano principi operativi al servizio del mercato, unitamente alle capacità dei singoli di esercitare creatività e dinamismo nell'attività bancaria; dal canto loro, prosperità economica delle zone di insediamento, qualità del sistema sociale e sostenibilità ambientale costituiscono traguardi da perseguire con continuità nel complesso delle relazioni con l'esterno. L'identità del Gruppo fa perno su una focalizzazione localistica ("il localismo come fondamento dell'attività") che pone le banche nelle condizioni di conoscere il territorio e di disporre di dettagliate informazioni in grado di ridurre sensibilmente le asimmetrie informative generate nel rapporto tra le aziende di credito e la clientela in essere e potenziale. L'attività, di tipo *retail*, è basata sulla diversificazione delle competenze e su un elevato tasso di specializzazione; questi due elementi sono resi manifesti dalla separazione funzionale tra reti distributive - di pertinenza delle singole banche territoriali secondo un principio di presidio territoriale "a maglie strette" esclusivo per ognuna di esse -, società di finanza specializzata - attive nella sfera omomina - e società di produzione - tra cui Deltas, "motore organizzativo di Gruppo" ove sono accentrati i servizi di *corporate center*.

Il modello banca territoriale - società specializzate identifica un paradigma organizzativo peculiare e la stessa

presenza del Gruppo sul mercato: un network che intende unire competenze professionali elevate, qualificazioni distintive e vicinanza alla clientela.

La presenza di strutture organizzative tendenzialmente piatte e snelle e culture manageriali ad esse coerenti, caratterizzate da deleghe decisionali diffuse pur all'interno di un disegno imprenditoriale unitario, consente lo sfruttamento di economie di scala e competenze "ad hoc" al fine di perseguire innovazione, qualità ed elevato livello dei servizi erogati alla clientela; si tratta della pre-condizione per l'espansione sulla base di processi di crescita interni ed esterni (in quest'ultimo caso congiuntamente a partner che condividono l'identità di banche con radici solide sul territorio).

### La dimensione etico-sociale del valore e i principi di riferimento

Esiste un crescente interesse per la dimensione etico-sociale del valore. La capacità del Gruppo di crearlo assicura l'esistenza delle condizioni per la sopravvivenza e il successo a lungo termine, in linea con gli interessi degli stakeholder.

Valori, identità e relazioni interpersonali determinano l'immagine delle quattordici società sul mercato e contribuiscono a connotarne la stessa reputazione e un modello di business e di crescita peculiare, basato su un'offerta che si articola sotto forma di multicanalità integrata - reti di filiali e Internet banking. Il Gruppo - conformemente a quanto indicato nella "Carta dei valori d'impresa" emanata dall'Istituto Europeo per il Bilancio Sociale - fa



propri i seguenti principi, puntualmente richiamati nel codice comportamentale in vigore:

- la centralità della persona, che si traduce:
  - nella tutela della dignità umana;
  - nella difesa dell'integrità psico-fisica dei collaboratori;
  - nel rispetto dei valori di interrelazione;
  - nella salvaguardia e valorizzazione delle differenze culturali;
  - nella promozione del dialogo e della dialettica all'interno dell'organizzazione;
- professionalità e valorizzazione delle Risorse Umane;
- cooperazione;
- onestà;
- integrità morale;
- trasparenza;
- obiettività;
- diligenza;
- attenzione ai bisogni e alle aspettative legittime degli interlocutori interni ed esterni;
- interrelazione con la collettività e con le sue componenti rappresentative;
- impegno costante nella ricerca e nello sviluppo per favorire e percorrere il massimo grado di innovazione;
- lealtà nei confronti dell'azienda e senso di appartenenza;
- uso oculato dei beni e delle risorse aziendali;
- rispetto e tutela dell'ambiente.

## Modello organizzativo e cultura d'impresa. Il sistema "aperto"

Il modello organizzativo del Gruppo bancario Credito Valtellinese si fonda su una cultura d'impresa che vede la

responsabilità sociale come aspetto qualificante e affonda le proprie radici in tessuti territoriali caratterizzati da un "alfabeto condiviso" che dal punto di vista imprenditoriale è basato sui principi della qualità e dell'innovazione (tecnologica e di servizio).

Tale modello risponde efficacemente alle sfide dello scenario attuale: la competizione, anche nel settore bancario, avviene - oltre che sui vantaggi di costo - sulla capacità di differenziarsi (le banche non sono tutte uguali) e di produrre e diffondere cultura dell'innovazione tecnologica e di servizio.

Due specificità connotano la presenza sul mercato del Gruppo Credito Valtellinese:

- 1 prossimità al cliente - di tipo sostanziale in quanto basata sulla capacità di ascolto e di interazione in modo proattivo;
- 2 possibilità di sfruttare economie di scala e di produzione congiunta - attraverso le attività delle società di produzione.

Il sistema si presenta "aperto", in linea con la natura di un Gruppo "progettato per crescere", al fine di consentire partnership mirate per singoli mercati o segmenti di attività; la rete di alleanze è a sua volta parte di una cultura d'impresa che consente di perseguire, accanto ai tradizionali vantaggi di vicinanza consentiti dalla presenza capillare sui territori:

- elementi di differenziazione competitiva mediante il raggiungimento di economie di scala e di scopo;
- sinergie commerciali;
- politiche condivise, anche in termini di prodotti e fabbriche di prodotto;
- accordi di collaborazione industriale.

## Corporate identity. L'orgoglio di una presenza

Il Gruppo Credito Valtellinese realizza e plasma la propria identità in primo luogo tramite l'operatività quotidiana nelle filiali e negli uffici di sede centrale.

La *corporate identity* si manifesta nella interiorizzazione da parte dei collaboratori di *vision* (progetto d'impresa), *mission* (ragione d'essere, a esprimere la vocazione del Gruppo) e valori (insieme di ideali e caratteristiche in ambito morale e professionale); consolida il senso di appartenenza, che si concretizza attraverso i saperi e le pratiche e si manifesta mediante comportamenti ad essi coerenti; si materializza in un marchio comune a tutte le banche e società del Gruppo e cui è associata anche la Fondazione; si basa su alcuni principi strutturalmente alla base del



“patto sociale” con gli stakeholder (lealtà, integrità, onestà, fiducia) e nutre le politiche manageriali ed organizzative, offrendo una rappresentazione unitaria e coerente dell'identità del Gruppo nelle relazioni interne ed esterne; costituisce il presupposto del successo sul mercato.

La cultura aziendale caratteristica del Gruppo fa leva sulla tradizione - comune all'insieme delle banche popolari di tutto il mondo in termini di ragioni costitutive - in combinazione stretta con la capacità di innovare e di crescere: ancoramento alle proprie radici, capacità di operare in modo orientato al cambiamento e natura di polo aggregante rappresentano i tre pilastri al riguardo. Tale cultura si associa a una modalità organizzativa di presenza sul territorio basata su elementi che delineano un “codice morale”; vocazione territoriale ed etica d'impresa costituiscono in quest'ottica parte integrante della *corporate identity* del Gruppo, che fonda le proprie radici sui valori della concorrenza, del mercato e del merito. Tale *corporate identity* poggia su un quadro valoriale e normativo che è assunto come bussola di orientamento ed è parte integrante del capitale aziendale, che in prima istanza concerne le connessioni, reciprocità e i rapporti di fiducia intercorrenti nella società (le relazioni sociali mantengono coese le comunità), ma intende comprendere anche qualità dei prodotti e cura del consumatore, attenzione per i processi di lavoro, rispetto per l'ambiente, inclusione e pari dignità per le donne, interesse per i singoli e per la collettività.

Sondrio. Palazzo Sertoli, sede della Direzione Generale del Credito Valtellinese



## L'evoluzione storica: il centenario

La banca Piccolo Credito Valtellinese nasce il 12 luglio 1908. I passaggi dell'evoluzione dimensionale ed operativa da piccola banca di provincia a Gruppo diffuso in sei regioni e ventotto province italiane a fine 2007 sono presentati di seguito:

- 1908-1980** La banca realizza le prime acquisizioni (nel 1937 Banca della Valtellina, Banco Fagioli di Chiavenna nel 1939) ed estende la rete territoriale in provincia di Sondrio.
- 1981** Viene acquisita Technoleasing Italiana, società operante nella locazione finanziaria. Le azioni della banca Piccolo Credito Valtellinese vengono quotate al Mercato ristretto della Borsa di Milano.
- 1982** Viene fondata Bankadati Servizi Informatici con lo scopo di assicurare al Gruppo un efficace supporto nell'area tecnologica.
- 1983** È costituita Stelline Servizi Immobiliari, con il ruolo di assistenza tecnica al Gruppo per tutte le tematiche riguardanti il settore urbanistico e immobiliare.
- 1984** Nasce Deltas, società dapprima focalizzata sul reperimento e la formazione delle Risorse Umane. A seguito dell'accrescimento delle dimensioni unitarie del Gruppo la *mission* è radicalmente rivista, con l'assegnazione di compiti riguardanti il supporto alla Capogruppo per il coordinamento e controllo del disegno imprenditoriale unitario e la fornitura di servizi di *corporate centre* a favore delle altre componenti del conglomerato.
- 1992** Il Gruppo Credito Valtellinese viene iscritto nell'Albo dei Gruppi bancari in essere presso la Banca d'Italia.
- 1994** Il titolo del Credito Valtellinese è quotato al listino principale della Borsa di Milano.
- 1995** Il Gruppo accelera il processo di espansione territoriale attraverso l'acquisizione di banche locali: nell'anno entra nel perimetro unitario il Credito Artigiano, banca fondata a Milano nel 1946 da Giuseppe Vismara, d'intesa con il Cardinale Ildefonso Schuster, con il fine di contribuire attivamente alla ricostruzione del Paese e dare impulso allo sviluppo delle piccole e medie imprese.

Milano



Roma



- 1997** Technoleasing Italiana viene trasformata in banca e ridenominata Bancaperta; assume all'interno del Gruppo il presidio nei settori della finanza, banca on-line e banca-assicurazione.
- 1998** Entrano nel Gruppo la Banca Popolare Santa Venera e la Banca Popolare di Rho. Nasce la Fondazione Gruppo Credito Valtellinese con lo scopo di "promuovere e sostenere iniziative finalizzate al progresso culturale, scientifico, sociale e morale del territorio".
- 1999** Si perfeziona l'acquisizione della Cassa San Giacomo, fondata nel 1896 a Caltagirone da don Luigi Sturzo. La Banca dell'Artigianato e dell'Industria di Brescia entra a far parte del Gruppo. Avviene la quotazione in Borsa delle azioni del Credito Artigiano.
- 2001** Viene acquisita la maggioranza del capitale della Banca Regionale Sant'Angelo di Palermo e della controllata Leasinggroup Sicilia.
- 2002** Entra nel Gruppo Rileno, concessionaria del servizio nazionale della riscossione dei tributi per le province di Como e Lecco.
- 2002-2003** Si procede ad un riassetto organizzativo tramite le seguenti operazioni:
- costituzione, attraverso l'incorporazione della Banca Santa Venera e della Leasinggroup Sicilia nella Banca Regionale Sant'Angelo, di una nuova e dinamica realtà al servizio della Sicilia: il Credito Siciliano, che acquisisce anche gli sportelli della Cassa San Giacomo;
  - 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.
- 2003** Conclusione di un'alleanza strategica che prevede l'acquisizione di una partecipazione di minoranza qualificata nella Banca di Cividale (22,5%) e la definizione di un progetto comune di espansione in Veneto, da realizzarsi attraverso la Banca dell'Artigianato e dell'Industria. Viene costituita ad opera di Bancaperta la società Aperta Fiduciaria.
- 2004** Con l'apertura da parte della Banca dell'Artigianato e dell'Industria dei primi sportelli in provincia di Vicenza inizia il progetto di sviluppo sul mercato veneto messo a punto con la Banca Popolare di Cividale.

Torino



Firenze





Vicenza



Acireale

**2005** Entra nel perimetro unitario del Gruppo la neo-costituita Aperta SGR. Nello stesso anno viene data attuazione al progetto finalizzato a razionalizzare l'operatività del Gruppo nel settore degli impieghi a medio e lungo termine: Cassa San Giacomo cambia la propria denominazione in Mediocreval ed estende il proprio campo di azione all'erogazione dei finanziamenti a medio e lungo termine.

**2006** È costituita Finanziaria San Giacomo, avente per oggetto l'acquisto, la gestione e lo smobilizzo dei crediti non performing relativi all'attività delle banche del Gruppo. 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. Accrescimento al 25% della quota detenuta dalla Capogruppo in Banca di Cividale. Acquisto di una partecipazione nel capitale della Banca della Ciociaria nella misura del 10%.

**2007** Fusione per incorporazione di Crypto in Bankadati. Aumento della quota partecipativa detenuta dal Credito Valtellinese nella Banca della Ciociaria dal 10% al 38% del capitale. Fornitura al Gruppo Banca Popolare di Cividale del sistema informativo (dal 1° ottobre).

Credito Valtellinese e Banca Tercas - Cassa di Risparmio della provincia di Teramo - sottoscrivono un accordo per un progetto di collaborazione strategica di ampio respiro fondato sulla condivisione dei mezzi di produzione e sullo sviluppo di una politica congiunta con riferimento al mercato e ai prodotti; la lettera di intenti sottostante prevede in una prima fase l'ingresso del Gruppo Credito Valtellinese nella compagine azionaria di Banca Tercas, con una quota pari al 15% ampliabile successivamente fino al 20%. Annuncio dell'acquisto da parte di Bancaperta di un ulteriore 20% del capitale sociale di Global Assicurazioni; a seguito dell'operazione il Gruppo deterrà il 60% delle quote della società (entrambe le operazioni sono soggette all'autorizzazione delle competenti autorità di vigilanza).

Stipula degli accordi con Intesa-San Paolo per l'acquisto di 35 sportelli (23 in Piemonte e 12 in provincia di Pavia).

**2008** Perfezionamento dell'acquisizione degli sportelli da Intesa-San Paolo. Le filiali in provincia di Pavia entrano a far parte del Credito Artigiano, gli sportelli piemontesi danno vita al Credito Piemontese.

**100 ANNI**  
**DEL CREDITO VALTELLINESE:**  
**“IN 100 ANNI ABBIAMO CAMBIATO MOLTO,**  
**SENZA CAMBIARE MAI”.**

# Il modello organizzativo

## Ordinamento del Gruppo

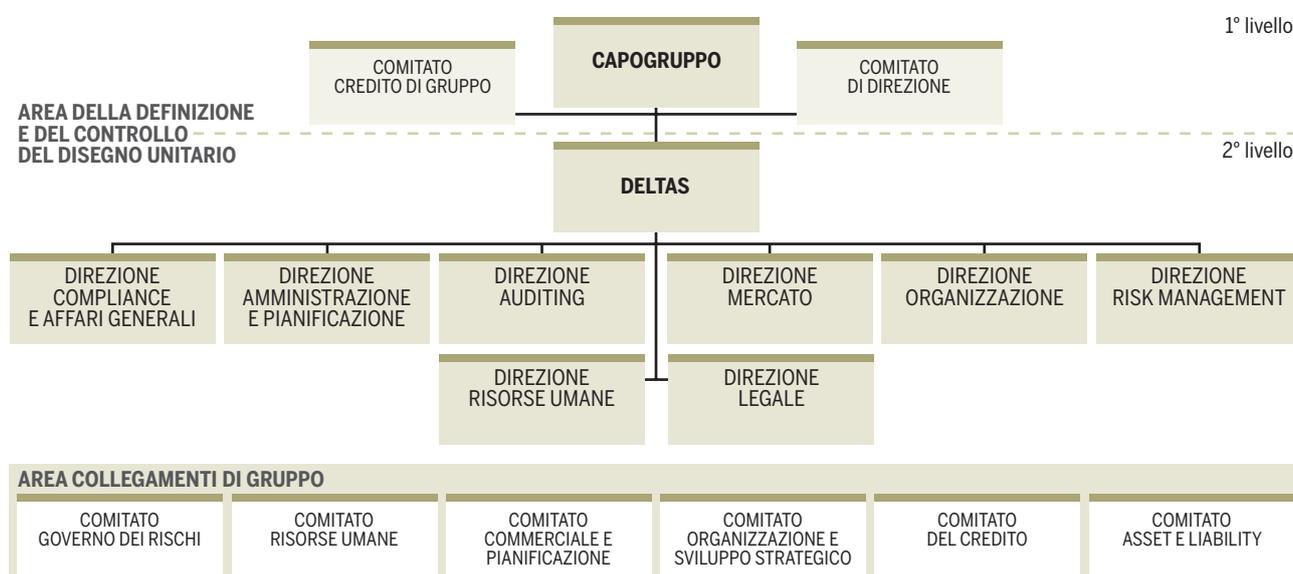
Il Gruppo Credito Valtellinese è iscritto all'Albo dei Gruppi bancari dal 16 giugno 1992. Connotato essenziale è l'esistenza di un disegno imprenditoriale unitario, formalizzato e conosciuto, comune alle diverse banche e società - che sono chiamate a realizzarlo. La struttura a Gruppo risponde all'esigenza di garantire flessibilità decisionale, a fronte di principi di decentramento organizzativo e della capacità di favorire imprenditorialità diffusa e innovazione in tutti i settori dell'attività.

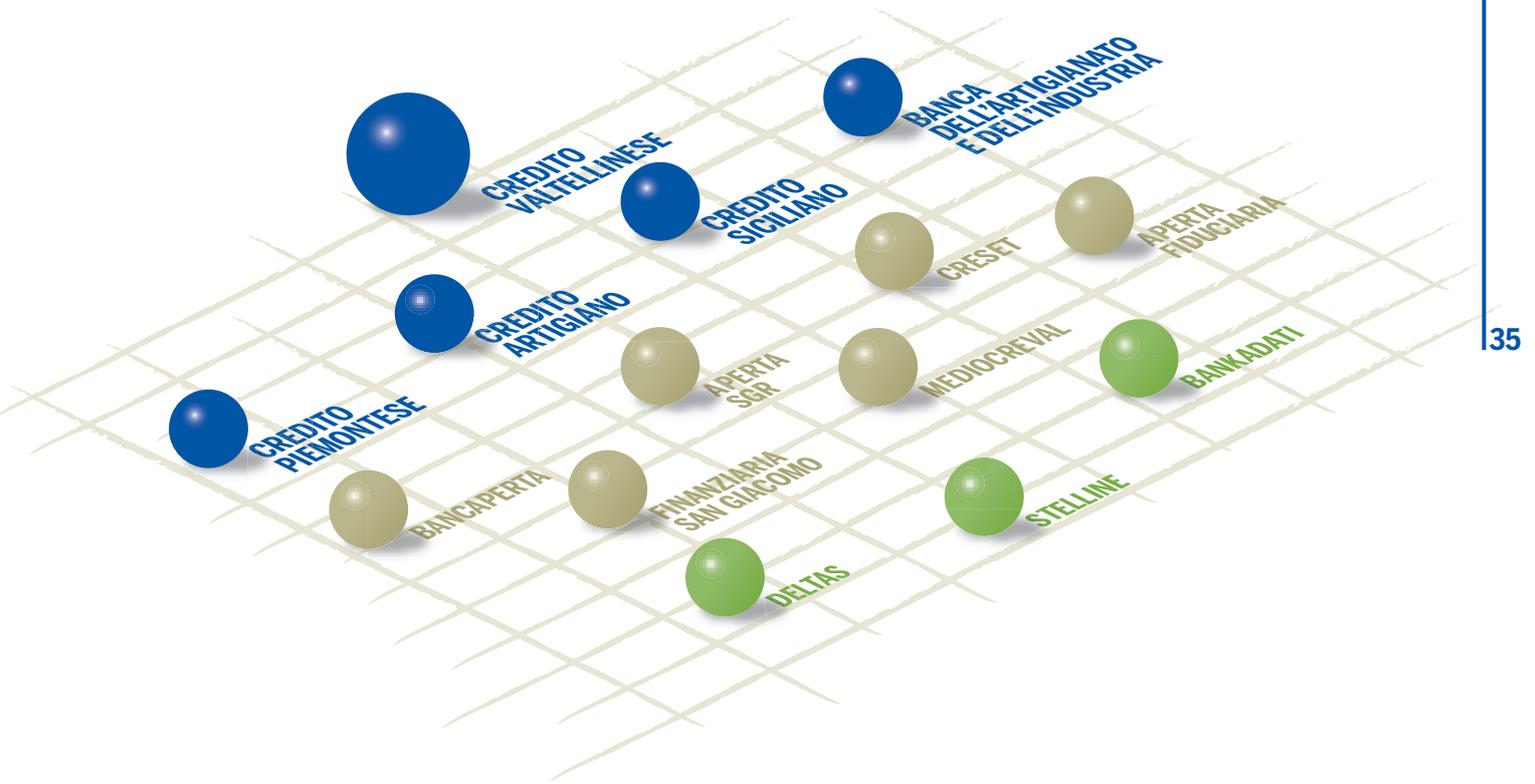
L'articolo 2, comma 4 dello statuto del Credito Valtellinese stabilisce come lo stesso "nella sua qualità di capogruppo del "Gruppo Credito Valtellinese", ai sensi dell'art. 61 del D. Lgs. 385/93, emana, nell'esercizio dell'attività di direzione e coordinamento, disposizioni alle componenti il Gruppo per l'esecuzione delle istruzioni impartite dalla Banca d'Italia nell'interesse della stabilità del Gruppo".

La Direzione Generale del Credito Valtellinese svolge il compito di dirigere e coordinare le varie componenti aziendali al fine di conseguire gli obiettivi fissati dal Consiglio di Amministrazione per l'attuazione delle politiche delineate a livello di Gruppo; garantisce il coordinamento e la direzione unitaria delle banche e società iscritte nel perimetro e l'esecuzione da parte delle medesime delle istruzioni della Banca d'Italia; nello svolgimento di tale compito si avvale del supporto delle diverse strutture di Deltas, cui sono assegnati il ruolo e le funzioni connesse al "secondo livello dell'area della definizione e controllo del disegno imprenditoriale unitario".

Le funzioni di indirizzo, coordinamento e controllo sono specificate in due "stadi" nel senso evidenziato - in corrispondenza della Capogruppo Credito Valtellinese e di Deltas; a quest'ultima è assegnato lo svolgimento in forma accentrata di servizi attinenti ai seguenti settori di attività:

- la pianificazione e il controllo strategico e gestionale;
- l'elaborazione delle politiche commerciali, della comunicazione e delle iniziative sul territorio;
- l'organizzazione;
- 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;
- l'assistenza nella gestione delle partecipazioni;
- il coordinamento dell'attività di auditing sui processi operativi;
- il monitoraggio dei rischi assunti nell'ambito dell'attività bancaria;
- l'indirizzo, il coordinamento e reporting nella definizione del modello di compliance del Gruppo;
- la gestione amministrativo-contabile degli strumenti e prodotti finanziari;
- i sistemi di qualità.





## Articolazione del Gruppo

La struttura complessiva del Gruppo è articolata in tre aree sulla base delle ripartizione delle competenze e funzioni tra le diverse banche territoriali - di cui è enfatizzata la specifica vocazione commerciale -, le società di finanza specializzata e le società di produzione. Il sistema informativo è comune e integrato e i prodotti offerti sul mercato sono omogenei in quanto ideati nell'ambito di un processo organizzativo strutturale che coinvolge le banche commerciali, le funzioni centrali di *corporate center* e la Capogruppo. L'attività delle banche territoriali viene focalizzata sul *core business* bancario e finanziario - reti di vendita chiamate a gestire il rapporto con la clientela -, mentre le tradizionali funzioni di supporto sono collocate presso le società operanti nell'area "finanza specializzata" e "produzione".

### 1. Mercato

Le banche territoriali del Gruppo sono cinque.

**Credito Valtellinese:** svolge la propria attività nelle province di Sondrio, Bergamo, Como, Lecco, Varese;

**Credito Artigiano:** localizzata nelle province di Milano, Firenze, Pavia, Pistoia, Prato e Roma;

**Credito Siciliano:** presente nelle province di Agrigento, Caltanissetta, Catania, Enna, Messina, Palermo, Ragusa, Siracusa e Trapani;

**Banca dell'Artigianato e dell'Industria:** operante nelle province di Brescia, Padova, Verona e Vicenza. Da febbraio 2008 è operativo con sede a Torino il **Credito Piemontese**, chiamato a servire l'attività del Gruppo nella regione con una rete di 23 sportelli iniziali.

### 2. Finanza specializzata

**Bancaperta:** banca specializzata per la gestione e lo sviluppo delle funzioni di finanza accentrata, tesoreria, estero e bancassicurazione e per il presidio della banca virtuale e dei sistemi di pagamento (polo finanziario del Gruppo);

**Aperta SGR:** società specializzata nella gestione del risparmio collettivo e dei patrimoni istituzionali;

**Aperta Fiduciaria:** società specializzata nell'esercizio dell'attività fiduciaria "statica";

**Mediocreval:** banca specializzata nei seguenti settori: istruttoria ed erogazione di finanziamenti a medio/lungo termine, prevalentemente nel settore imprese; finanza d'impresa; studio e sviluppo di prodotti e servizi di finanza straordinaria; *service* amministrativo per gli aspetti connessi all'erogazione dei crediti a medio/lungo termine e del leasing;

**Finanziaria San Giacomo:** società specializzata nell'attività finanziaria di acquisto, gestione e smobilizzo dei crediti non performing;

**Creset:** società per la gestione della riscossione dei tributi locali e della gestione dei servizi di tesoreria e cassa.

### 3. Società di produzione

**Deltas:** società a supporto della Capogruppo per il coordinamento e controllo del disegno imprenditoriale unitario e per la fornitura di servizi accentrati;

**Bankadati:** società a presidio della gestione e dello sviluppo delle tecnologie informatiche per il Gruppo;

**Stelline:** società che amministra il patrimonio immobiliare del Gruppo.

## Gruppo a matrice popolare

Il Gruppo possiede nel proprio patrimonio genetico la matrice cooperativa propria delle banche popolari; tale impronta originaria (esplicitata nell'art. 2, comma 1 dello statuto del Credito Valtellinese: "la Società (...) si ispira ai

principi della mutualità") significa in primo luogo radicamento sul territorio dei singoli istituti di credito e ancoramento a una visione d'impresa radicata, nel caso del Gruppo, in saldi principi valoriali riassumibili in sei poli:

COOPERAZIONE

INTEGRITÀ MORALE E SENSO DI RESPONSABILITÀ

AUTONOMIA E INDIPENDENZA

COERENZA

ATTENZIONE AL CAMBIAMENTO

SOLIDARIETÀ E SUSSIDIARIETÀ

Dal punto di vista della struttura giuridica la forma cooperativa è propria della banca Capogruppo Credito Valtellinese e il mantenimento e rafforzamento del radicamento vengono perseguiti dalle banche di territorio,

che occupano il luogo e il ruolo delle originarie aziende di credito locali confluite nel Gruppo (anche a seguito, in alcuni casi, di processi di aggregazione - come è il caso in particolare della rete siciliana).

### LA CORNICE LEGISLATIVA

In una banca popolare vale il principio del voto capitaro (una testa, un voto), indipendentemente dal valore delle azioni possedute; esiste un limite al possesso azionario di ogni Socio, pari allo 0,5% del capitale; l'ingresso di nuovi Soci nel capitale è soggetto a clausola di gradimento; vigono limiti alle deleghe per la partecipazione dei Soci in assemblea - dieci ai sensi del Codice Civile.

Al di là di queste specificità del governo societario, per le banche popolari non valgono regole del gioco competitivo diverse rispetto a quelle in vigore per le banche organizzate in forma di società per azioni; in particolare, non godono degli incentivi fiscali e del vantaggio del minor capitale necessario per la propria costituzione di cui invece usufruiscono le banche di credito cooperativo.

## Gruppo a rete

La logica organizzativa del Gruppo, multilocalistico a matrice popolare, poggia su un modello di business a rete che consente di mantenere un forte presidio del territorio e di mettere in comune l'attività di produzione, affidata a società specialistiche che sviluppano servizi per l'intero Gruppo; configura una "geometria variabile": ogni unità produttiva iscritta nel perimetro unitario concentra le proprie risorse nel business di vocazione primaria, in cui è specialista, consentendo di coniugare qualificazione distintiva e flessibilità, funzioni produttive e attività distributive.

Si determinano così "economie di struttura" - ognuna delle sette banche del Gruppo e delle quattro società di finanza specializzata è supportata da un lato dalle tre società strumentali che consentono la realizzazio-

ne efficiente dei processi non tipicamente bancari e accentrabili in una logica di servizio unitario al Gruppo, dall'altro da alleanze di natura strategica che permettono di raggiungere economie di scala e di scopo.

Una struttura a rete intende così soddisfare in modo equilibrato quattro dimensioni tipiche:

- 1 efficienza - governo dei processi;
- 2 efficacia - presidio del business;
- 3 soddisfazione dei clienti - controllo della relazione;
- 4 sviluppo delle competenze e degli investimenti materiali e immateriali - focus sull'innovazione.

Le architetture dei sistemi organizzativi e tecnologici e le strutture operative a supporto si configurano come snodi di un complesso produttivo aperto in cui "il tutto è maggiore della somma delle parti".

## Gruppo di relazione



37

Radicalamento territoriale, spirito mutualistico, rapporti di fiducia basati sulla conoscenza approfondita dell'area di riferimento, vicinanza agli operatori locali, intensità e qualità di contatto con la clientela, rapido ed efficace adeguamento delle condotte e degli atteggiamenti dei dipendenti - cui è richiesta sempre più capacità di ascolto - alla luce delle innovazioni di processo, di prodotto e regolamentari contribuiscono a denotare il Gruppo Credito Valtellinese come Gruppo "di relazione" a base localistica; il tessuto connettivo è rappresentato da un insieme di valori e di interessi condivisi da una comunità territorialmente circoscritta e coesa.

La relazione è qualificata nel senso della prossimità, stabilità e personalizzazione; rapporti stretti e di lungo periodo con i clienti e i Soci (figure spesso coincidenti) connotano lo stesso modello di business, caratterizzato dall'operatività al dettaglio sul territorio.

Il valore della relazione è il presupposto per configurarsi come motore di crescita dell'economia - in un'ottica di sviluppo sostenibile e responsabile - e sensibilità sociale nei mercati di operatività, sulla base di criteri di trasparenza e del contatto diretto e immediato con la clientela attuale e potenziale.

Lo stesso successo del Gruppo sul mercato è sempre più strettamente connesso:

- dal punto di vista sociale, alla capacità di sviluppare rapporti collaborativi e di fiducia con una vasta molteplicità di attori rilevanti - la tradizionale platea degli stakeholder, compresi i soggetti economici, politico-istituzionali e sociali dell'associazionismo;
- dal punto di vista del mercato, dall'abilità nel coniugare il radicamento locale con effettive capacità di relazione e con l'ampliamento e l'aggiornamento dei prodotti finanziari offerti.

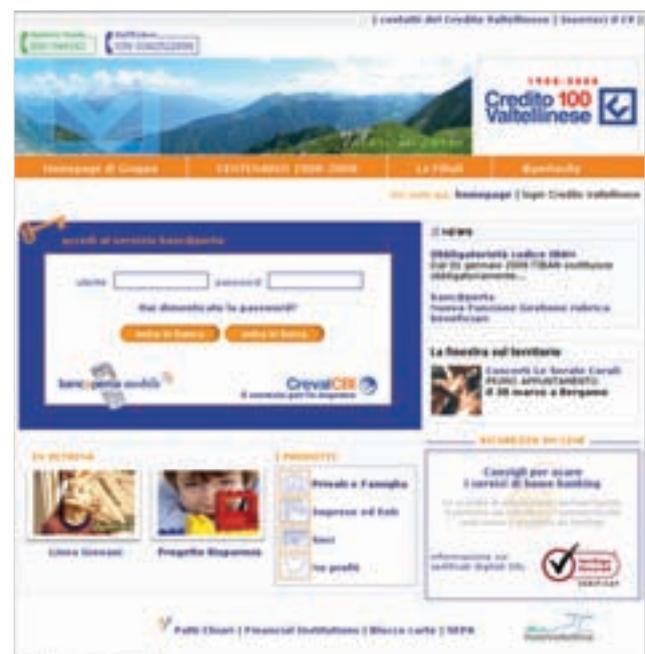
## Gruppo e comunità virtuale

L'evoluzione delle tecnologie orientate allo sviluppo delle reti di telecomunicazione per lo scambio di informazioni, servizi e prodotti ha permesso al Gruppo da oltre un decennio di offrire al cliente i servizi Internet per lo svolgimento delle operazioni bancarie.

L'offerta di banca virtuale è proposta tramite il servizio banc@perta, accessibile direttamente dal sito Internet del Gruppo [www.creval.it](http://www.creval.it) selezionando la banca di riferimento dei propri rapporti.

Da novembre 2005 è stato attivato anche il servizio banc@perta mobile, creato per offrire alla clientela la possibilità di consultare e gestire il proprio conto corrente, la carta prepagata cart@perta e gli investimenti direttamente dal telefonino cellulare o dal palmare.

Il nuovo servizio è rivolto in particolare ai clienti che intendono usufruire dei vantaggi offerti dal canale Internet attraverso l'utilizzo ancora più dinamico di uno strumento di uso comune come il telefono mobile.



## Le risorse intangibili



La nuova forma della competizione assume anche le vesti di una vera e propria “concorrenza tra territori”, basata sulla capacità di accumulare e valorizzare le risorse intangibili (capitale umano inteso come motivazioni, competenze e attitudini dei collaboratori; capitale relazionale identificato con i rapporti che le organizzazioni intrattengono con gli stakeholder; capitale strutturale sotto forma in particolare di cultura aziendale, orientamento all’innovazione e capacità progettuali).

Molte imprese - in particolare con natura ed attività ad alto livello di conoscenza, come è il caso dell’operatività bancaria - evidenziano una differenza evidente tra il proprio “valore di mercato” e il valore contabile, frutto in maniera rilevante del patrimonio intangibile che le caratterizza: beni immateriali non iscrivibili all’interno del tradizionale bilancio di esercizio - se non in particolare sotto forma di “attivi intangibili” da immobilizzazioni immateriali (Principio Contabile IAS 38) -, capitale intellettuale accumulatosi negli anni in forma spesso tacita e costituito tra l’altro dai fattori trasparenza, credibilità, buona reputazione, posizionamento etico e ruolo sociale. Varie risorse intangibili non possiedono tutti i requisiti per essere rilevate in bilancio, pur assumendo un ruolo rilevante nel processo di creazione di valore (il capitale umano e relazionale in particolare); infatti:

- rappresentano diritti a benefici futuri;
- non assumono consistenza finanziaria o fisica - secondo la definizione dell’Unione europea si tratta di “fattori non materiali che contribuiscono alla perfor-

mance dell’impresa nella produzione di beni e servizi o che genereranno benefici economici futuri per le entità che li mettono in campo”.

In dottrina capitale umano e relazionale si associano al capitale strutturale a definire appunto il capitale intellettuale, accomunato per definizione di senso alle risorse intangibili - non acquistabile sul mercato né imitabile: si costruisce nel tempo e assume autonomia generando valore di medio-lungo periodo e identità distintiva sul mercato.

Le risorse intangibili risultano particolarmente rilevanti in questa sede in quanto creatrici di valore nei confronti dei Soci e degli altri portatori di interesse, ma di cui sovente non esiste una misurazione o rappresentazione sufficientemente articolata; sono fattori ancora più rilevanti in un settore, come quello dei servizi finanziari, a forte intensità di normazione e regolamentazione - con riguardo ad esempio alla legislazione in tema di controlli interni, gestione dei rischi, vigilanza, conformità alle norme.

La stessa differenziazione nella qualità del servizio si attua anche nell’area delle risorse intangibili; una loro gestione in termini evoluti - di seguito l’enfasi è posta su quattro elementi, da valorizzare, sviluppare e combinare con continuità nel tempo: personale nel suo insieme e management (elementi del capitale umano), valore delle relazioni (capitale relazionale) e gestione del marchio (parte del capitale strutturale) - contribuisce alla massimizzazione del valore economico e sociale del Gruppo e ad una fotografia focalizzata dello stesso.

## a. Capitale umano

Il capitale umano rappresenta l'insieme dei talenti, delle conoscenze e delle capacità possedute dai collaboratori del Gruppo, cui si associano tra le altre variabili intangibili il patrimonio valoriale, le attitudini e motivazioni, la stessa curiosità intellettuale delle Risorse Umane.

Necessita di essere misurato sotto forma di indicatori-chiave, anche per esaminare il suo sviluppo nel tempo: come "lavoratori della conoscenza" i dipendenti del Gruppo Credito Valtellinese non costituiscono solo componente fondamentale della categoria degli stakeholder interni, come emerge con chiarezza e in termini quantitativi dalla distribuzione del valore aggiunto prodotto;

determinano in prima persona il valore dell'attività utilizzando mestiere, professionalità e etica d'impresa al servizio del cliente esterno ed interno.

Una larga parte dei dati relativi alle Risorse Umane sono presentati nel Capitolo 4, dedicato alla Relazione sociale sotto forma di analisi specifica delle singole categorie di stakeholder. Indicatori specifici al settore - di cui si presenta di seguito un dettaglio sotto forma di dieci dati di sintesi calcolati in un lasso triennale - contribuiscono ad un sistema di valutazione e misurazione delle risorse che intendono fornire un'immagine evolutiva delle dinamiche del capitale umano in un'ottica di risorse intangibili.

Indicatori	2005	2006	2007
<b>COMPOSIZIONE</b>			
Età media	41,1	41,2	<b>41,1</b>
Anzianità media	15,9	14,8	<b>13,5</b>
Scolarizzazione (laureati)	36,1%	38%	<b>39,1%</b>
Distribuzione rete/sedi centrali (risorse di rete/organico totale)	68,2%	68,6%	<b>68,8%</b>
<b>PARI OPPORTUNITÀ</b>			
Donne assunte	35,6%	36,7%	<b>39,9%</b>
Donne occupate	27,4%	28,3%	<b>29,8%</b>
<b>CRESCITA E SVILUPPO DELLE RISORSE</b>			
Indice di mobilità (risorse che hanno cambiato incarico)	nd	10,6%	<b>11,7%</b>
Indice di crescita (risorse a maggiore contenuto professionale)	nd	5%	<b>6,3%</b>
<b>RECLUTAMENTO E SELEZIONE</b>			
Indice assunti (Assunzioni/organico medio)	7,8%	7,1%	<b>9%</b>
Indice di selezione (Assunzioni/colloqui)	18,8%	18,2%	<b>16,6%</b>

## b. Management

Uno dei compiti fondamentali del management consiste nel fare crescere, valorizzare e rendere sempre più produttivo il know-how a disposizione dell'intera azienda, contribuendo a trasformare il capitale intellettuale presente nel Gruppo in valore per il cliente.

I dirigenti hanno il compito fondamentale e il dovere/opportunità di agire nell'interesse di lungo periodo delle banche e società iscritte nel perimetro unitario, definendo le condizioni per la creazione di valore economico nel tempo in funzione delle molteplici aspettative di tutti i legittimi portatori di interessi; sono chiamati a vivere e diffondere una visione che esprime fatti e offre segnali concreti in grado di generare, supportare e accompagnare il cambiamento, infondere fiducia e ottenere credibilità tramite una "guida per esempi", realizzare autostima e propensione allo sviluppo personale proprio e altrui.

Il management del Gruppo appare relativamente giovane nel contesto bancario italiano e risulta pressoché interamente rinnovato nel corso degli ultimi dieci anni.

Qualità manageriali distintive devono essere possedute peraltro a livello diffuso in tutta l'organizzazione (Servizi e Direzioni) e non solo a livello dirigenziale.

Tra i principi dell'organizzazione nel codice comportamentale rileva come ciascun destinatario ispiri la propria condotta a principi di managerialità, che consentano di:

- assumersi le responsabilità del proprio ruolo;
- saper individuare le priorità;
- favorire la crescita professionale dei collaboratori;
- sviluppare spirito d'iniziativa e competenza tecnica;
- acquisire una visione strategica delle attività, rendendone di questa partecipi tutti i propri collaboratori.

### Indicatori

	2005	2006	2007
Età media del management (dirigenti)	52,2	52,6	52,7
Percentuale di presenza femminile nel management	4%	3,9%	5,3%



### c. Il valore delle relazioni

Il valore delle relazioni, o capitale relazionale, è parte integrante del “capitale sociale” e risulta particolarmente importante per gli intermediari finanziari, coincidendo con l'esigenza di mantenere un grado elevato di reputazione in un contesto competitivo in cui la fiducia risulta un asset prezioso e ad elevata deteriorabilità potenziale; la diminuzione sostanziale di questo fattore e l'impoverimento del capitale sociale deprimono il valore dei “rapporti di comunità”, contribuendo ad un senso di estraneità rispetto al contesto di riferimento ed alla mancata identificazione in termini di “cittadinanza attiva”; dal canto suo la qualità delle relazioni si nutre del rapporto tra il personale di filiale e la clientela, sulla base della capacità di ascolto dei dipendenti e di una gamma evoluta di prodotti/servizi. Creare e consolidare reti di rapporti duraturi nel tempo è parte integrante della *mission* costitutiva del Gruppo e

contribuisce a connotarne la presenza distintiva sul territorio. La costruzione di un'identità comune (necessaria anche nell'era dei network elettronici - Internet in primo luogo) appare necessaria per promuovere l'appartenenza ed il coinvolgimento nelle realtà locali. Le relazioni tra le “banche a maglie strette” del Gruppo Credito Valtellinese e la clientela intendono contribuire a dare un senso alla dimensione del servizio, all'innovazione e alla specializzazione che vada oltre il mero rapporto costi-benefici e dia il senso di un incontro, da valorizzare ogni giorno all'interno di tutte le filiali del Credito Valtellinese, Credito Artigiano, Credito Siciliano, Banca dell'Artigianato e dell'Industria e Credito Piemontese. In quest'ottica la prossimità fisica costituisce un presupposto fondamentale per la conoscenza reciproca e l'instaurarsi e il rafforzarsi di relazioni che abbiano e diano valore.

Indicatori	2005	2006	2007
Numero dei clienti	650.263	659.882	682.689
Tasso di crescita	-	1,5%	3,5%
Tasso di ricambio (churn rate)*	-	2,3%	3,6%

\*VARIAZIONE PERCENTUALE DELL'AVVICENDAMENTO DELLA CLIENTELA IN ENTRATA E IN USCITA

### d. Il marchio

In un mercato sempre più concorrenziale gli intermediari sono spinti a sviluppare e rafforzare la propria identità di marca per distinguersi - da elemento di marketing il marchio diviene così uno strumento identificativo principale dell'attività ed una modalità di comunicazione in se stessa, sottintendendo simbolicamente la relazione con la clientela di riferimento delle province in cui le banche del Gruppo sono presenti. L'immagine e la forza di marchi distintivi costituiscono asset di importanza crescente nelle stesse valutazioni economiche degli intermediari; la loro riconoscibilità concorre a determinare a sua volta il successo delle aziende, che a fronte di un patrimonio di marca forte tendono a ottenere visibilità immediata e maggiore fedeltà da parte dei clienti.

In coincidenza con l'inizio delle celebrazioni del centenario, in occasione dell'Assemblea dei Soci del 21 aprile 2007 è stato presentato il nuovo marchio della banca Capogruppo, che comprende tra le sue finalità il concetto di “cambiamento nella continuità dello stile e dei valori” e si affianca a tutti gli altri, che connotano in una logica unificante l'appartenenza al Gruppo Credito Valtellinese.

A livello di logotipo restano invariate struttura e impronta visiva consolidatesi nel tempo in formato bilinea, mentre sono introdotte due varianti di risalto immediato:

- a** la cifra “100” in rosso pieno, riprodotta con medesimo corpo e carattere grafico del marchio consolidato;
- b** l'escursione di date “1908-2008” nel medesimo colore, pubblicata con i caratteri della dicitura di Gruppo e in sua sostituzione.



Queste varianti svolgono un'azione di “completamento visivo” del logotipo tradizionale, integrandolo senza alterazioni grafiche; vengono comunicati così, nel contesto del secolo di vita del Credito Valtellinese, principi di attualità e modernità iscritti nel solco di una tradizione solida.

## Corporate governance

La *corporate governance* - intesa come l'insieme dei criteri e dei sistemi di governo aziendali delle società appartenenti al Gruppo Credito Valtellinese quale risulta dalle disposizioni statutarie, dalle delibere consiliari e dalla prassi operativa - è da sempre ispirata ad un modello di organizzazione societaria volto a garantire un'adeguata ripartizione di responsabilità e poteri decisionali in un corretto equilibrio tra attività di gestione e di controllo. I Consigli di Amministrazione delle banche quotate del Gruppo - Credito Valtellinese e Credito Artigiano - hanno adottato sin dal 2001 (anno di emanazione del Codice di autodisciplina delle società quotate da parte del Comitato per la corporate governance istituito presso la Borsa Italiana) tutte le determinazioni idonee ad assicurare la sostanziale adesione alle prescrizioni previste dal codice stesso.

Nel 2006, preso atto della nuova versione del documento, gli organi di governo delle due banche hanno assunto un insieme di determinazioni volte ad adeguare progressivamente gli assetti di governance alle nuove previsioni. Talune di queste hanno trovato applicazione contestualmente e coerentemente all'adozione delle modifiche statutarie connesse al recepimento delle disposizioni della Legge n. 262/2005 sulla tutela del risparmio, che ha posto l'esigenza di una significativa revisione degli statuti delle società quotate quali ad esempio nuovi meccanismi di nomina degli organi sociali e caratteristiche degli Amministratori "indipendenti" e del Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari. Conseguentemente nel corso del 2007 le Assemblee straordinarie della Capogruppo del 10 febbraio e del 21 aprile hanno approvato una serie di modifiche statutarie volte a:

- adeguare la struttura della governance della Capogruppo alla continua crescita del Gruppo e alla velocità dei cambiamenti socio-tecnologici in corso;
  - rappresentare una concreta e incisiva risposta agli intendimenti sottesi alla modifica del quadro di riferimento normativo;
  - rafforzare il ruolo specifico di direzione, coordinamento e controllo che compete alla Capogruppo e segnatamente all'organo amministrativo della stessa;
  - enfatizzare la centralità del Consiglio di Amministrazione e degli organi di sua emanazione al fine di assicurare una guida collegiale della società e del Gruppo.
- Il Consiglio di Amministrazione riveste il ruolo di governo centrale delle banche e società del Gruppo operando con l'obiettivo di massimizzazione del valore in una prospettiva di crescita sostenibile nel medio-lungo periodo, in linea con le esigenze di tutti gli stakeholder.



## Consiglio di Amministrazione del Credito Valtellinese

In relazione alle modifiche statutarie approvate dall'Assemblea del 10 febbraio 2007 relativamente alla contemporanea scadenza dell'intero organo amministrativo ogni triennio, tutti i componenti del Consiglio di Amministrazione del Credito Valtellinese in carica a quella data hanno rassegnato il mandato con efficacia dalla successiva Assemblea del 21 aprile al fine di consentire la rielezione secondo le nuove disposizioni statutarie. Prima tra le banche popolari, già dal 2001 il Credito Valtellinese - anticipando obblighi di legge previsti dalla nuova disciplina per la tutela del risparmio - ha introdotto nello statuto sociale modalità di nomina degli amministratori con voto di lista, assicurando così anche a gruppi minoritari di Soci la possibilità di proporre propri rappresentanti: la relativa candidatura deve essere proposta da almeno 500 Soci o dallo 0,3% del capitale sociale e non sono previste percentuali minime di voto conseguibili da ciascuna lista.

Il Consiglio di Amministrazione per il triennio 2007-2009 è composto a fine anno da quindici consiglieri - a fronte di una previsione statutaria che ne indica il numero tra dodici e diciotto.

Tutti i componenti del Consiglio sono in possesso di adeguati requisiti di onorabilità e professionalità, così come previsto dalla specifica normativa per gli amministratori e i sindaci delle banche - alcuni hanno maturato significative esperienze nel settore bancario e finanziario, altri sono imprenditori, professionisti o docenti universitari. Significativa è la presenza di esponenti provenienti dai territori di insediamento anche più recenti della banca e del Gruppo.

Nove amministratori in carica su quindici si qualificano come indipendenti (tre dei quali ai sensi della nuova Legge sulla tutela del risparmio) nel senso che non intrattengono, nemmeno in forma indiretta, relazioni economiche di rilevanza tale da condizionarne l'autonomia di giudizio con la società, con le controllate, con gli amministratori esecutivi; nessuno di essi possiede, neppure indirettamente, partecipazioni azionarie di entità tale da esercitare il controllo o un'influenza notevole sulla società, tenuto anche conto del modello societario di banca popolare. Nel corso del 2007 il Consiglio di Amministrazione della banca si è riunito diciassette volte.

## Consiglio di Amministrazione del Credito Artigiano

Il numero dei componenti il Consiglio di Amministrazione per il triennio 2007-2009 è pari a undici a fine anno - lo statuto sociale ne prevede da nove a quindici.

Tutti sono in possesso dei requisiti di onorabilità e professionalità previsti dalla normativa e risultano espressione dell'imprenditoria, del mondo delle libere professioni e della docenza universitaria.

Nel corso del 2007 il Consiglio di Amministrazione della banca si è riunito quindici volte.

## I Comitati

I Consigli di Amministrazione del Credito Valtellinese e del Credito Artigiano hanno istituito al proprio interno tre Comitati di governance previsti dal Codice di autodisciplina, con funzioni propositive e consultive:

- 1** per le nomine;
- 2** per la remunerazione;
- 3** per il controllo interno.

Il Consiglio di Amministrazione della Capogruppo ha altresì istituito al proprio interno un Comitato strategico - riunitosi quattro volte nel 2007 - chiamato a supportare il Consiglio di Amministrazione e a formulare proposte allo stesso in particolare con riguardo alla definizione, all'aggiornamento e al controllo del piano strategico e alle decisioni che impattano sul profilo strategico e competitivo del Gruppo. Nel corso del 2007 è stata aggiornata e ulteriormente affinata la normativa interna che regola le modalità per la gestione e diffusione al mercato delle informazioni di natura privilegiata, per la gestione del registro delle persone che accedono a tali informazioni - *insider list* - e per la comunicazione alle competenti autorità e al pubblico delle operazioni aventi ad oggetto strumenti finanziari emessi dal Credito Valtellinese e dal Credito Artigiano da parte dei soggetti che dispongono di regolare accesso ad informazioni "privilegiate" e possono assumere decisioni gestionali in grado di incidere sull'evoluzione e sulle prospettive economiche e finanziarie delle società emittenti (*internal dealing*). Un'informativa completa sui sistemi di corporate governance è resa nelle apposite relazioni istituzionali di bilancio predisposte in occasione delle Assemblee e disponibili anche sul sito Internet del Gruppo nella sezione Investor Relations (<http://www.creval.it/investorRelations/index.html>).

## Consigli di Amministrazione e Direzioni Generali\*

### CREDITO VALTELLINESE

**Presidente:** Giovanni De Censi  
**Vice Presidente:** Giuliano Zuccoli  
**Consiglieri:** Fabio Bresesti  
 Gabriele Cogliati  
 Michele Colombo  
 Giovanni Continella  
 Mario Cotelli  
 Paolo De Santis  
 Aldo Fumagalli Romario  
 Franco Moro  
 Angelo Palma  
 Valter Pasqua  
 Maurizio Quadrio  
 Alberto Ribolla  
 Vico Valassi



**Giovanni De Censi**  
PRESIDENTE



**Miro Fiordi**  
DIRETTORE GENERALE



**Giovanni Paolo Monti**  
VICE DIRETTORE GENERALE VICARIO



**Enzo Rocca**  
VICE DIRETTORE GENERALE



**Franco Sala**  
VICE DIRETTORE GENERALE

### CREDITO ARTIGIANO

**Presidente:** Angelo Palma  
**Vice Presidente:** Giovanni De Censi  
**Consiglieri:** Mario Anolli  
 Vito Branca  
 Luciano Filippo Camagni  
 Carlo Feltrinelli  
 Alberto Giussani  
 Paolo Francesco Lazzati  
 Antonio Magnocavallo  
 Michele Ratti  
 Alberto Sciumè



**Angelo Palma**  
PRESIDENTE



**Luciano Filippo Camagni**  
DIRETTORE GENERALE



**Lorenzo Tagni**  
CONDIRETTORE GENERALE



**Vittorio Pellegatta**  
VICE DIRETTORE GENERALE

### CREDITO SICILIANO

**Presidente:** Carlo Negrini  
**Vice Presidente:** Miro Fiordi  
**Amministratore Delegato:** Francesco Giacobbi  
**Consiglieri:** Mario Cotelli  
 Fernando Grattirolo  
 Antonio Leonardi  
 Fabrizio Loiacono  
 Antonio Pogliese  
 Carlo Saggio



**Carlo Negrini**  
PRESIDENTE



**Francesco Giacobbi**  
AMMINISTRATORE DELEGATO



**Mauro Selvetti**  
VICE DIRETTORE GENERALE



**Saverio Continella**  
VICE DIRETTORE GENERALE



**Pietro Cirrito**  
VICE DIRETTORE GENERALE

### CREDITO PIEMONTESE

**Presidente:** Angelo Palma  
**Vice Presidente:** Giovanni Paolo Monti  
**Consiglieri:** Mario Cotelli  
 Gino Del Marco  
 Diego Muffatti  
 Vittorio Pellegatta  
 Franco Sala



**Angelo Palma**  
PRESIDENTE



**Giovanni Del Crappo**  
DIRETTORE GENERALE

### BANCA DELL'ARTIGIANATO E DELL'INDUSTRIA

**Presidente:** Renato Gnutti  
**Vice Presidente:** Giovanni Paolo Monti  
**Consiglieri:** Giovanni Boccoardo  
 Lorenzo Dal Maso  
 Luciano Di Bernardo  
 Valerio Marinelli  
 Lorenzo Tagni  
 Pietro Torchio  
 Guido Zanetti



**Renato Gnutti**  
PRESIDENTE



**Anna Cracco**  
DIRETTORE GENERALE



**Gianluigi Martinelli**  
VICE DIRETTORE GENERALE

**BANCAPERTA**

**Presidente:** Miro Fiordi  
**Vice Presidente Vicario:** Norberto Gualteroni  
**Vice Presidente:** Peter Spinnler  
**Consiglieri:** Luciano Filippo Camagni  
 Anna Cracco  
 Francesco Giacobbi  
 Paolo Stefano Giudici  
 Marco Ercole Oriani  
 Matteo Rinaldi



**Miro  
Fiordi**  
PRESIDENTE



**Umberto  
Colli**  
DIRETTORE  
GENERALE



**Luigi  
Tavasci**  
VICE DIRETTORE  
GENERALE

**MEDIOCREVAL**

**Presidente:** Alberto Ribolla  
**Vice Presidente:** Francesco Giacobbi  
**Consiglieri:** Anna Cracco  
 Luca De Censi  
 Giovanni Del Crappo  
 Franco Sala  
 Lorenzo Tagni



**Alberto  
Ribolla**  
PRESIDENTE



**Filippo  
Grieco**  
DIRETTORE  
GENERALE

**DELTAS**

**Presidente:** Luciano Filippo Camagni  
**Vice Presidente:** Giovanni Paolo Monti  
**Consigliere Delegato:** Enzo Rocca  
**Consiglieri:** Umberto Colli  
 Anna Cracco  
 Sergio Del Barba  
 Maurizio Del Pra  
 Francesco Giacobbi  
 Fernando Grattirolo  
 Filippo Grieco  
 Silvio Marchetti



**Luciano Filippo  
Camagni**  
PRESIDENTE



**Enzo  
Rocca**  
CONSIGLIERE  
DELEGATO

**FINZIARIA SAN GIACOMO**

**Presidente:** Gino Del Marco  
**Vice Presidente:** Renato Merlino  
**Consiglieri:**  
 Luca De Censi  
 Filippo Grieco  
 Giovanni Porcelli  
**Direttore Generale:** Giovanni Porcelli

**APERTA SGR**

**Presidente:** Agostino Fusconi  
**Vice Presidente:** Silvio Bagiotti  
**Consiglieri:**  
 Mariarosa Borroni  
 Claudio Cazzaniga  
 Umberto Colli  
**Direttore Generale:** Daniele Beltrame

**APERTA FIDUCIARIA**

**Presidente:** Norberto Gualteroni  
**Consiglieri:**  
 Vincenzo Agosta  
 Francesco Grimaldi  
 Mehretab Tesfamicael

**BANKADATI**

**Presidente:** Giovanni Paolo Monti  
**Vice Presidente e Amm. Del.:** Silvio Marchetti  
**Consiglieri:**  
 Gabriele Cogliati  
 Umberto Colli  
 Saverio Continella  
 Sergio Del Barba  
 Pietro Fumagalli  
 Michele Gusmeroli  
 Giulio Piazzi

**STELLINE**

**Presidente:** Giovanni Colombo  
**Vice Presidente:** Enzo Rocca  
**Consiglieri:**  
 Camillo Aldè  
 Giovanni Del Curto  
 Pietro Fumagalli  
 Franco Moro  
**Direttore Generale:** Fernando Grattirolo  
**Vice Direttore Generale:** Benedetto Abbiati

**CRESET**

**Presidente:** Matteo Diasio  
**Vice Presidente:** Franco Sala  
**Consiglieri:**  
 Luca De Censi  
 Vittorio Pellegatta  
 Mauro Selvetti  
**Direttore:** Maurizio Del Pra

## Controlli interni

Il Gruppo adotta un'organizzazione finalizzata alla sana e prudente gestione, coniugando principi di profittabilità dell'impresa con un'assunzione dei rischi consapevole e compatibile con le condizioni economico-patrimoniali. In particolare ha implementato e rafforzato con continuità nel tempo un sistema evoluto di controlli interni, costituito dall'insieme delle regole, procedure e strutture organizzative miranti ad assicurare sia il rispetto dell'operatività a livello consolidato sia il conseguimento delle finalità di gestione dei rischi di tipo strategico - mediante l'efficacia e l'efficienza dei processi aziendali -, informatico - tramite l'affidabilità e integrità delle informazioni contabili e gestionali -, di conformità (compliance) rispetto alla legge, normativa di vigilanza e alle politiche, regolamenti e procedure interni - e di credito, di mercato e operativi - in termini di salvaguardia del valore delle attività e protezione delle perdite.

Le determinanti generali di tale sistema rispondono a tre criteri fondamentali:

- 1** principio della separazione di compiti e funzioni;
  - 2** definizione di poteri delegati coerenti con le responsabilità assegnate;
  - 3** determinazione di un efficace sistema di flussi informativi.
- Il modello dei controlli interni coinvolge nei diversi ruoli - assegnati per legge - i Consigli di Amministrazione, i Collegi Sindacali, le Direzioni, le strutture di controllo - tra cui il Servizio Ispettorato delle singole banche - e lo stesso personale nella sua globalità.

È basato sulla netta distinzione tra compiti operativi e di controllo; si pone come obiettivo principale la configurazione di un sistema strutturato e organico di principi e procedure organizzative idoneo a prevenire il rischio di commissione dei reati contemplati dalla normativa; si inserisce nel processo di diffusione di una cultura d'impresa improntata a correttezza, chiarezza e legalità e ad un'efficiente ed equilibrata organizzazione dell'impresa, con riguardo particolare alla formazione delle decisioni e alla loro trasparenza.



## Compliance

Il complesso sistematico di regole a cui sono sottoposte tutte le funzioni e attività bancarie è oggettivamente enorme; negli ultimi anni si sono sovrapposte a livello di sistema norme, regolamenti e codici di autodisciplina che hanno contribuito a fare crescere considerevolmente la necessità di adeguamento alla regolamentazione a presidio del governo del rischio di *compliance* intesa come “osservanza normativa”.

La materia è tema di forte rilevanza a fronte delle attese dell'opinione pubblica che si attende comportamenti degli operatori del sistema finanziario conformi alle disposizioni di legge e ai regolamenti. Nel luglio scorso Banca d'Italia ha stabilito con provvedimento “ad hoc” l'introduzione nell'assetto organizzativo di banche e Gruppi della funzione di conformità, destinata a:

- prevenire il rischio di incorrere in sanzioni giudiziarie e amministrative;
- contribuire a evitare il verificarsi di perdite finanziarie rilevanti;
- sottrarsi a potenziali danni di reputazione conseguenti a violazioni di norme imperative o di autoregolamentazione, contribuendo a salvaguardare il livello di fiducia degli stakeholder nei confronti dell'intermediario bancario.

Da un punto di vista del posizionamento organizzativo l'indipendenza della funzione poggia su tre elementi:

- 1 la separazione dall'attività di revisione interna (quest'ultima deve verificare periodicamente che la funzione di conformità sia adeguata ed efficace);
- 2 l'autonomia in termini di personale e di mezzi (ricorrendo all'occorrenza anche a consulenze esterne);
- 3 la libertà di accesso a tutte le attività della banca.

Nel corso dell'anno, anche in ottemperanza ai dettami della normativa vigente, è stato istituito il Servizio gestione rischi di *compliance* - all'interno della Direzione Affari Generali di Deltas, ridenominata Direzione Compliance e Affari Generali - le cui funzioni consistono nel:

- provvedere al coordinamento delle attività per il recepimento e l'adeguamento dei sistemi alle nuove norme;
- garantire che gli stili gestionali e i comportamenti operativi all'interno del Gruppo siano allineati al principio di integrità e di eticità necessari ad un rispetto sostanziale delle regole;
- procedere alla stesura di report periodici - all'occorrenza straordinari - sul livello di conformità dei processi operativi e degli standard interni alle norme di sistema;
- governare con efficacia e in un'ottica di prossimità il presidio delle relazioni con la clientela.

La funzione *compliance* mira in definitiva ad un efficace sistema di autovigilanza, operativo per prevenire l'insorgere di difformità alle regole, da rispettare in modo sostanziale; essere “compliant” significa assumere responsabilità nel dare concretezza operativa ai principi indicati dalle normative, dalle autorità di regolamentazione o identificati autonomamente come valori per la propria realtà aziendale. È strettamente legata a delicati aspetti di ingegneria organizzativa - in questo senso le disposizioni di vigilanza di Banca d'Italia lasciano alle banche ampie discrezionalità, ponendo peraltro con forza l'esigenza di alcuni principi fondamentali quali l'indipendenza dall'attività di business e l'autonomia da altre funzioni di controllo. La gestione efficace del rischio di *compliance* indica personalizzazione e responsabilizzazione degli intermediari e costituisce una sfida culturale e organizzativa per il Gruppo.



### Il responsabile compliance

La figura di “responsabile alla conformità alla normativa” si integra con quella di internal audit, chiamato in particolare a svolgere verifiche sul posto circa il rispetto delle norme e a raccordarsi con lo stesso sulle tematiche di pertinenza comune; è chiamata a presiedere all'insieme dei presidi organizzativi e operativi che il Gruppo predispone con lo scopo di sviluppare una cultura della fedeltà alle norme finalizzata al controllo del rispetto effettivo delle indicazioni previste dalle regolamentazioni e dal codice comportamentale. La funzione, che comporta implicazioni organizzative tra cui l'indipendenza nei confronti delle strutture operative e di controllo interno, la separatezza rispetto al Servizio di internal audit, la libertà di accesso a tutte le attività del Gruppo e il mantenimento della responsabilità per la corretta gestione del rischio in capo all'intermediario anche nell'eventuale ipotesi di *outsourcing* è chiamata a presidiare un settore in continua evoluzione e di particolare delicatezza.



### Le realizzazioni del 2007

Il Piano strategico 2007-2010, di cui sono stati forniti i lineamenti principali nell'edizione 2006 del Bilancio Sociale e che intende guidare il processo di crescita dimensionale e operativa del Gruppo sino alla fine del decennio consolidandone il ruolo autonomo e aggregante, ha conosciuto nell'anno importanti realizzazioni sotto forma di crescita interna, esterna e politica del patrimonio.

#### Crescita interna

È proseguito il percorso di sviluppo a Gruppo con dimensioni e visibilità a livello nazionale tramite:

- apertura di 21 filiali nelle sei regioni di insediamento (Lombardia, Veneto, Piemonte, Toscana, Lazio e Sicilia);
- acquisizione di 35 sportelli dal Gruppo Intesa Sanpaolo - a regime dal 25 febbraio 2008 - e contestuale avvio del Credito Piemontese.

#### Crescita esterna tramite alleanze

Al fine di realizzare alleanze strategiche ed operative con altre banche di cui il Gruppo condivide filosofia e valori, all'interno di una strategia di multilocalismo volta all'ottenimento di economie di scala e all'ingresso-rafforzamento in nuovi ambiti territoriali, il Credito Valtellinese ha stretto partnership con:

- 1 Banca del Cividale - quota del 25% (nel corso dell'anno l'istituto friulano ha adottato il Sistema Informativo del Gruppo);
- 2 Banca della Ciociaria - partecipazione al 38%;
- 3 sottoscrizione di un'alleanza a respiro strategico con Banca Tercas, con acquisto di una quota destinata a crescere fino al 20%.

Questi tre accordi di partnership rispondono all'obiettivo della definizione di alleanze strutturali di lungo periodo con aziende di credito dinamiche, ben radicate sul territorio e contigue al Gruppo per localizzazione.

#### Politica del patrimonio

- Aumento di capitale a pagamento della Capogruppo (interamente sottoscritto);
- conclusione dell'operazione di conversione della terza e ultima tranche del prestito obbligazionario "Credito Valtellinese 2,8% 2004-2007 convertibile";
- aumento di capitale del Credito Artigiano e di Creval Banking (la cui licenza è stata utilizzata per dare nascita al Credito Piemontese nel 2008).

Tutte e tre le operazioni sono descritte in dettaglio nelle relazioni di bilancio delle banche e società del Gruppo nella parte iniziale dedicata all'attività a livello consolidato.



## Gli obiettivi del 2008

Le linee dello sviluppo futuro si incentrano, sulla ricerca di maggiori volumi e redditività e di un rigoroso governo dei costi (tramite in particolare la progressiva semplificazione dell'organizzazione del Gruppo e l'ulteriore riduzione dei costi legati al rischio di credito - contenimento dei default - grazie allo sviluppo dei modelli di rating interno, secondo i dettami di Basilea 2).

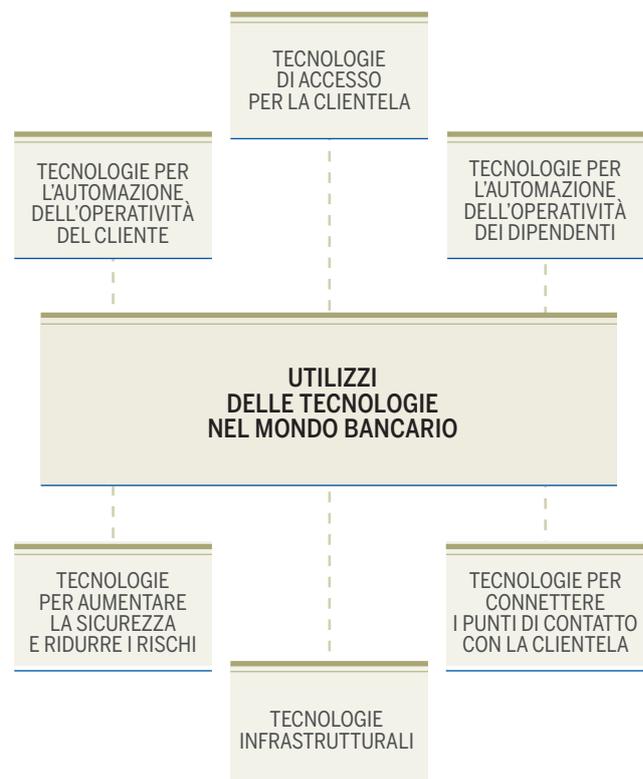
Si prevede inoltre il potenziamento della proposta commerciale in tre ambiti di rilevanza prioritaria:

- 1** credito al consumo - tramite accordi con operatori specializzati;
- 2** assicurazioni - con vendita mediante sportelli di terzi dei prodotti assicurativi Global;
- 3** mercato estero.

È previsto che la rete di vendita del Gruppo raggiunga le 500 unità a fine 2009, con un anno di anticipo rispetto alle indicazioni del Piano strategico vigente. Il Gruppo intende focalizzarsi sulla capacità di trasferire al mercato gli elementi distintivi della propria offerta e di generare con continuità innovazione di prodotto e di processo mediante l'evoluzione dei sistemi organizzativi ed informativi.

Con riferimento alla presenza sul territorio, è in corso un'analisi specifica di nuovi modelli di filiale che ottimizzino il rapporto benefici/costi per il cliente e siano nel contempo coerenti con i segmenti di mercato di riferimento.

### LE TECNOLOGIE PER COMPETERE CON SUCCESSO NEL BUSINESS BANCARIO



## Lo sviluppo della rete territoriale

Dimensione geografica articolata in sei regioni e ventotto province italiane - con riferimento a fine 2007 - e densa presenza denotano la natura delle banche del territorio del Gruppo: una scelta di carattere strategico rivolta prioritariamente al soddisfacimento dei bisogni delle comunità servite attraverso una fitta copertura (“banche a maglie strette”), in progressiva e sostenuta espansione in linea con le indicazioni del Piano strategico 2007-2010.

Nel corso del 2007 il Credito Valtellinese ha aperto 6 sportelli - Calcinate (Bg), Verbania, Alzate Brianza (Co), Lovere (Bg), Clusone (Bg) e Dalmine (Bg) -, il Credito Artigiano 12 filiali - Novara, agenzia n. 24 di Milano, Gorgonzola (Mi), agenzie n. 16, 17, 18 e 19 di Roma, Lucca, Voghera (Pv), Arese (Mi), Pavia e Grottaferrata (Rm) -, la Banca dell'Artigianato e dell'Industria ha ampliato la propria rete di vendita di 3 unità - Padova, Lonigo (Vi) e Cittadella (Pd) - e il Credito Siciliano ha inaugurato 2 dipendenze - Canicattì (Ag) e Pozzallo (Rg) - e chiuse le agenzie di Resuttano (Cl) e di Gagliano Castelferrato (En).

A fine anno la rete commerciale è costituita da 389 sportelli.

Il Gruppo dispone inoltre di 465 sportelli ATM e gestisce 15.030 terminali POS.

L'asse portante del progetto di sviluppo consiste nel rapido allargamento della rete commerciale attraverso la sperimentata attitudine del Gruppo a trasferire efficacemente il proprio modello operativo - incardinato sull'attenzione alle esigenze del territorio di riferimento, sulla snellezza dei processi organizzativi e decisionali e sulla capacità di rispondere con tempestività ai bisogni della clientela - nelle piazze di nuovo insediamento.

La rete è articolata in 30 Zone, strutturate in sedi Capozona, da cui dipendono le agenzie limitrofe distribuite nelle diverse aree di insediamento.

Il processo di crescita costante degli sportelli evidenzia un tasso medio annuo di crescita - su base decennale 1997-2007 - pari a oltre 27 unità (più di un'apertura/acquisizione di agenzia - in caso di crescita esterna - ogni due settimane). La quota di mercato nazionale in termini di rete territoriale è pari all'1,2%; le singole quote regionali evidenziano un andamento crescente, con valori particolarmente rilevanti in Lombardia e Sicilia - pari rispettivamente al 3,2% e al 7,7% - che costituiscono le parti del Paese a radicamento storico delle banche territoriali. Alla rete tradizionale si affianca Reteaperta, costituita da consulenti ad elevata specializzazione a



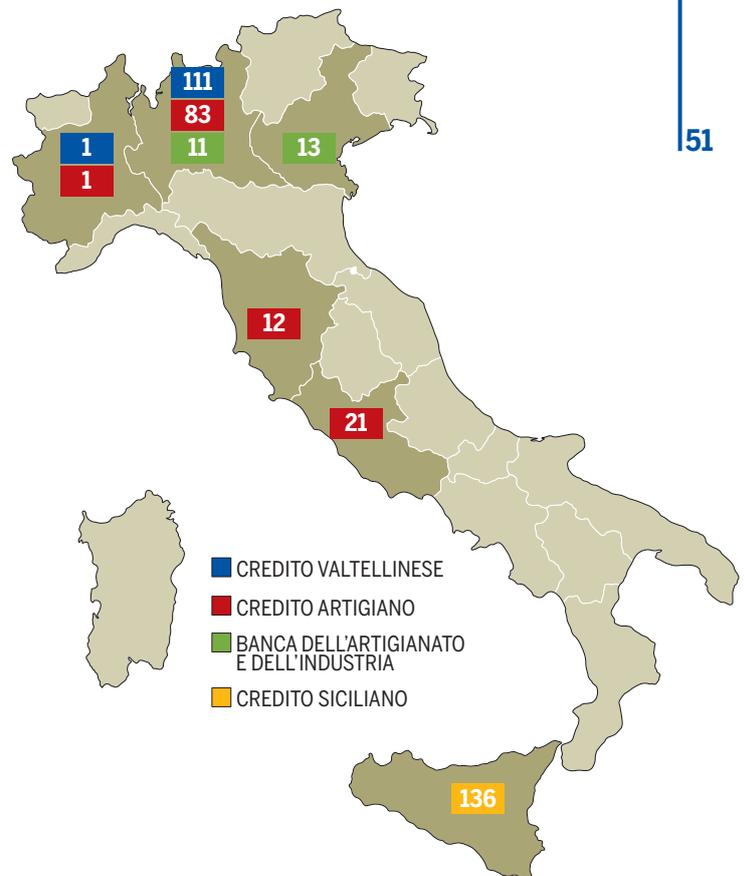


supporto della clientela di alto profilo - a fine 2007 vi operavano 54 collaboratori.

Il Gruppo ha partecipato all'interno di un consorzio con altre tre realtà bancarie alla procedura d'asta competitiva realizzata dal Gruppo Intesa Sanpaolo, imposta dall'Autorità Antitrust, e si è aggiudicato 35 sportelli (12 in Lombardia - provincia di Pavia, destinati ad accrescere la rete del Credito Artigiano - e 23 in Piemonte - province di Torino e Alessandria); l'operazione consente una crescita rilevante della rete territoriale in territori ad elevato tasso di sviluppo economico e contribuisce alla nascita della quinta banca territoriale, il Credito Piemontese, che ha iniziato l'operatività nel corso del mese di febbraio 2008.

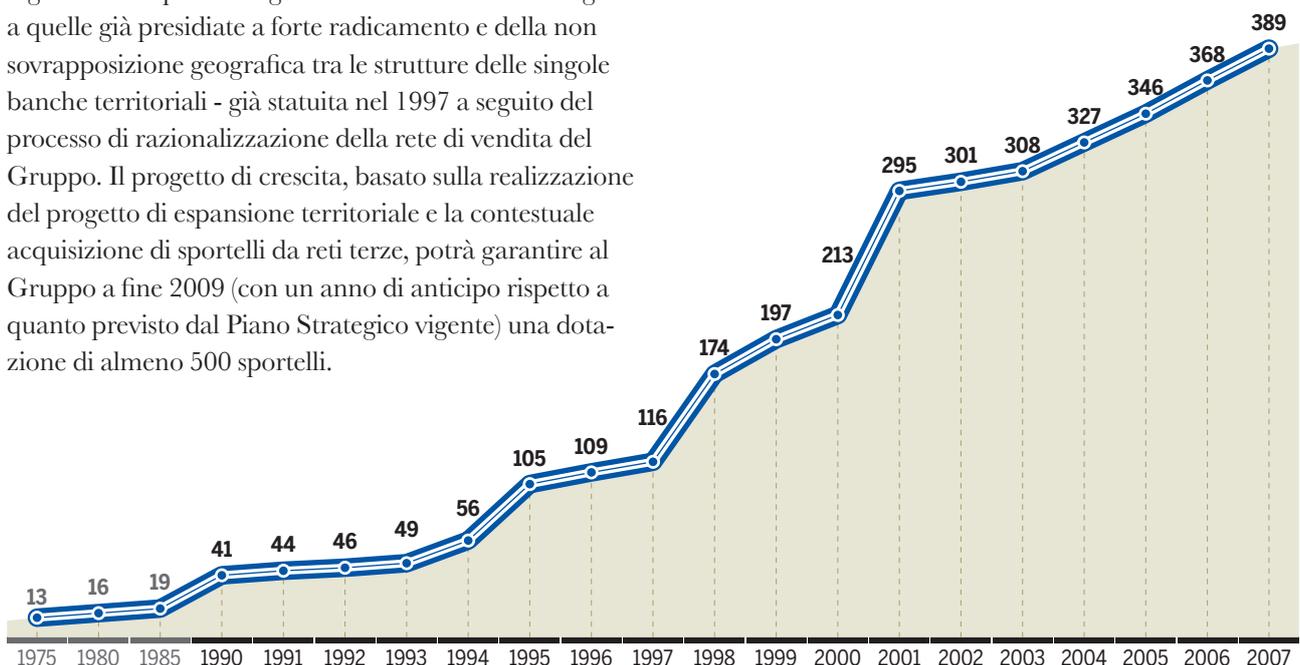
L'operazione si presenta in linea di continuità con il progetto di espansione territoriale tracciato nel Piano strategico in vigore. In coerenza con i principi ispiratori delle altre componenti del Gruppo, il Credito Piemontese ha i caratteri del forte radicamento territoriale e dell'orientamento ad un target di clientela costituito principalmente da famiglie, PMI, artigiani, enti e organizzazioni no profit. Il rapido allargamento della rete commerciale risponde all'esigenza di accrescere sensibilmente i volumi operativi in nuovi mercati di riferimento.

Il programma di aperture si concentrerà anche in futuro principalmente nell'Italia settentrionale e centrale nella logica di un'espansione graduale in nuove aree contigue a quelle già presidiate a forte radicamento e della non sovrapposizione geografica tra le strutture delle singole banche territoriali - già statuita nel 1997 a seguito del processo di razionalizzazione della rete di vendita del Gruppo. Il progetto di crescita, basato sulla realizzazione del progetto di espansione territoriale e la contestuale acquisizione di sportelli da reti terze, potrà garantire al Gruppo a fine 2009 (con un anno di anticipo rispetto a quanto previsto dal Piano Strategico vigente) una dotazione di almeno 500 sportelli.



RETE AL 31/12/2007

SVILUPPO DELLA RETE DEL GRUPPO



## Il progetto centenario

“In 100 anni abbiamo cambiato molto, senza cambiare mai” - recita il motto della campagna pubblicitaria che accompagna il secolo di vita del Credito Valtellinese, che si presenta all'appuntamento con il proprio centenario con un consolidato bagaglio di cultura, valori e capacità al servizio della società civile e l'ambizione di costituire anche un vero e proprio “snodo di cultura”. L'evento vuole esprimere il radicamento di un'identità e le radici di una cultura produttiva (sempre più motore di crescita economica e fattore di competitività) e prevede un fitto programma di iniziative - in campo culturale, artistico, sportivo, editoriale e sociale - già a partire dal secondo semestre del 2007 con la finalità di coinvolgere Soci, clienti, dipendenti e collettività in tutte le aree di insediamento della banca ed in particolare in Valtellina.

L'appuntamento centrale è costituito dalla “Giornata del centenario” - 12 luglio 2008 -, nella quale è programmata una serie di manifestazioni tra cui in particolare l'Assemblea commemorativa con al termine una celebrazione religiosa (il Credito Valtellinese è nato anche sulla scorta della pubblicazione della Rerum Novarum e fa propria la dottrina sociale della Chiesa), un grande spettacolo d'intrattenimento la sera e, in conclusione, la notte bianca che vedranno coinvolta l'intera città di Sondrio. Tra le realizzazioni collegate al Centenario di fondazione della banca Capogruppo mette conto segnalare:

- un volume storico “ad hoc”, a cura del Professor Alberto Quadrio Curzio, nella collana “Storia delle banche in Italia” di Laterza;
- un testo divulgativo sulla storia della banca a cura del Dottor Franco Monteforte;



- una medaglia celebrativa creata dallo scultore lombardo Guido Lodigiani;
- l'allestimento della mostra dedicata a “I Ligari” presso le Gallerie d'Arte del Gruppo a Sondrio e a Milano e al Museo Diocesano di Milano;
- una serie di concerti commemorativi nelle filiali inaugurate nella provincia di Sondrio prima della seconda guerra mondiale;
- la riapertura dello storico Albergo della “Posta” di Sondrio, di proprietà dell'istituto.

Nel corso del 2007 e 2008 il Gruppo fornisce altresì, tramite Stelling, il proprio contributo e supporto a importanti interventi di ristrutturazione dell'Arcipretura e della Chiesa Collegiata di Sondrio e coordina il progetto urbanistico e il progetto esecutivo relativo alla casa di riposo di Sondrio; realizza le strutture del Parco dell'Innovazione della Valtellina funzionali all'inizio dell'attività dell'omonimo Polo e i relativi lavori di urbanizzazione. Sono state pianificate e in parte già realizzate ristrutturazioni di alcune filiali “storiche” in

## Il patrimonio artistico

53

Il Gruppo Credito Valtellinese ha articolato da vari anni uno specifico progetto, denominato Crevalart, volto alla gestione e alla valorizzazione delle opere d'arte di proprietà delle banche del Gruppo, che costituiscono un patrimonio artistico frutto di anni di investimenti e acquisizioni legati anche alla ventennale attività espositiva presso le proprie Gallerie. La collezione comprende opere di arte antica - in particolare dipinti del '700 e '800 lombardo -, una raccolta di icone russe del XVIII e XIX secolo e significative realizzazioni contemporanee che arredano i palazzi delle banche, tra cui il famoso "The last supper" di Andy Warhol.

Per consentire la conoscenza del proprio patrimonio artistico il Credito Valtellinese aderisce, fin dal suo avvio, all'iniziativa dell'ABI "Invito a palazzo", giunta nel 2007 alla settima edizione, aprendo per un'intera giornata le porte di Palazzo Sertoli a Sondrio alle visite guidate gratuite (6 ottobre).

Alcune opere sono inoltre sempre accessibili al pubblico nel "giardino delle sculture" del Palazzo stesso.

Il prestito per mostre di terzi o l'esposizione nell'ambito di iniziative curate direttamente presso le Gallerie d'Arte costituiscono ulteriori occasioni di fruizione pubblica dei pezzi più interessanti delle collezioni. In Internet è disponibile la visita virtuale della sede della Direzione Generale del Credito Valtellinese (<http://mediaboxlight.crypto.it/bin/sertoli/>), primo nucleo del portale dell'arte del Gruppo che verrà sviluppato con l'obiettivo di mettere a disposizione degli studiosi, dei musei, delle scuole e dei semplici appassionati elementi di conoscenza e approfondimento.

Valtellina: sede di Sondrio, Livigno, Chiavenna e Morbegno. Per giugno 2008 è prevista la posa della prima pietra per l'ampliamento del Centro Servizi del Gruppo in via Feltre a Milano. In ambito sportivo la banca ha organizzato il 48° "Ski Meeting Interbancario Europeo" in Bormio nel gennaio 2008 e si è candidata per ospitare alcune gare nell'ambito del 7° Golf Meeting Interbancario Europeo. Sono state prodotte 30.000 bottiglie di un vino pregiato ("Valtellina Superiore Centenario", annata 2004), in collaborazione con il Con-

sorzio di Tutela Vini di Valtellina e con il coinvolgimento di diciannove produttori locali.

È stato prodotto un volume al fine di avvicinare i giovani alla cultura del risparmio e alla conoscenza della banca ed è stato coniato un logo ad hoc, sviluppato sulla base del marchio della banca (nella sezione dedicata alle risorse intangibili è presentato un approfondimento). A conclusione delle celebrazioni, nell'ottobre 2008, è pianificato un concerto della Filarmonica alla Scala di Milano.



**Valore**

## Capitolo 3

# Il Valore Aggiunto e la sua distribuzione

Il Valore Aggiunto

Il calcolo del Valore Aggiunto

La ripartizione del Valore Aggiunto

## Il Valore Aggiunto

La ricchezza creata dall'intero Gruppo al servizio dei portatori di interesse è efficacemente riassunta nel concetto di Valore Aggiunto, che costituisce l'anello di congiunzione diretta e quantificabile tra il bilancio d'esercizio e il bilancio sociale - a questo fine, di seguito sono riprodotti gli schemi riclassificati di stato patrimoniale e conto economico del bilancio consolidato del Credito Valtellinese al 31 dicembre 2007, unitamente a una serie di indici significativi. Su tali schemi sono state apportate delle differenti riclassifiche rispetto allo scorso esercizio;

di conseguenza, i dati comparativi dell'esercizio 2006 sono stati riclassificati in modo omogeneo. La riconciliazione dei termini del bilancio civilistico con i dati del calcolo del Valore Aggiunto e della sua distribuzione tra gli stakeholder accresce la valenza informativa dei dati, anche in un'ottica di responsabilità sociale nell'accezione di "valore di rendere conto". In controluce, esprime la logica delle relazioni tra le banche e società del Gruppo da una parte, i diversi portatori di interessi dall'altra, all'interno di una logica di contabilità sociale.

### Stato patrimoniale riclassificato

	2006	2007
<b>ATTIVITÀ</b>		
Cassa e disponibilità liquide	133.880	<b>158.387</b>
Attività finanziarie	1.336.687	<b>1.354.849</b>
Crediti	12.325.569	<b>14.514.358</b>
Immobilizzazioni	662.931	<b>701.909</b>
Altre voci dell'attivo	442.386	<b>498.759</b>
<b>Totale attivo</b>	<b>14.901.453</b>	<b>17.228.262</b>
<b>PASSIVITÀ</b>		
Debiti	13.041.461	<b>14.557.108</b>
Fondi a destinazione specifica	208.336	<b>243.159</b>
Altre voci del passivo	566.266	<b>634.406</b>
Patrimonio di pertinenza di terzi	203.531	<b>216.934</b>
Patrimonio netto	881.859	<b>1.576.655</b>
<b>Totale passivo</b>	<b>14.901.453</b>	<b>17.228.262</b>
<b>CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO</b>		
<b>Margine di interesse</b>	<b>347.375</b>	<b>445.974</b>
Commissioni e proventi netti dell'attività finanziaria	230.442	218.395
Altri proventi netti	15.685	13.737
<b>Proventi operativi</b>	<b>593.502</b>	<b>678.106</b>
Oneri e spese di gestione	-346.332	-367.806
Accantonamenti, rettifiche e riprese di valore	-97.145	-111.927
<b>Risultato lordo della gestione operativa</b>	<b>150.024</b>	<b>198.373</b>
Imposte sul reddito, proventi netti da investimenti e utile di pertinenza di terzi	-81.410	-112.600
<b>Utile d'esercizio</b>	<b>68.614</b>	<b>85.773</b>

DATI IN MIGLIAIA DI EURO

### INDICI SIGNIFICATIVI

Impieghi lordi a clientela / Numero medio dipendenti	3.579	<b>4.166</b>
Raccolta globale da clientela / Numero medio dipendenti	7.392	<b>7.562</b>
Spese del personale / Proventi operativi	37,6%	<b>34,8%</b>
Proventi operativi / Numero medio dipendenti	179	<b>198</b>
Risultato lordo di gestione / Numero medio dipendenti	45	<b>58</b>
Raccolta diretta da clientela / Numero medio dipendenti	3.651	<b>4.011</b>
Impieghi a clientela / Totale attivo	76,3%	<b>79,8%</b>
Raccolta diretta da clientela / Totale attivo	81,0%	<b>79,6%</b>
Raccolta gestita / Raccolta indiretta	48,8%	<b>48,4%</b>
Sofferenze nette / Impieghi a clientela	1,6%	<b>1,4%</b>
<b>INDICI DI STRUTTURA</b>		
Numero medio dipendenti	3.307	<b>3.418</b>
Numero dipendenti	3.333	<b>3.479</b>
Numero di sportelli	368	<b>389</b>
<b>INDICI PATRIMONIALI</b>		
Patrimonio netto / Impieghi lordi	7,4%	<b>11,1%</b>
Patrimonio netto / Raccolta da clientela	7,3%	<b>11,5%</b>
Patrimonio totale di vigilanza / Attività di rischio ponderate	9,6%	<b>13,7%</b>

## Il calcolo del Valore Aggiunto

Il prospetto analitico del Valore Aggiunto indica un primo dato - identificato come “Valore Aggiunto globale lordo” (VAGL) e pari a fine 2007 a 497,8 milioni di euro (61,7 milioni di euro in più rispetto al 2006, +14,1%) - calcolato come differenza tra ricavi (“interessi attivi,

commissioni attive e altri ricavi”) e costi (nelle tre aggregazioni riferite a “interessi passivi, commissioni passive e altri oneri di gestione”, “altre spese amministrative” e “rettifiche/riprese di valore e altri accantonamenti”); il “Valore Aggiunto globale netto” riveniente dalla presa in conto

degli ammortamenti ammonta a 474,4 milioni di euro. La riconciliazione con le determinanti reddituali del bilancio civilistico consolidato - risultato prima delle imposte (198,4 milioni di euro) e utile d'esercizio (85,8 milioni di euro) - è evidenziata nella parte inferiore della tabella.

	2006	2007
<b>RICAVI</b>		
Interessi attivi, commissioni attive e altri ricavi	896.375	1.126.069
<b>Totale ricavi</b>	<b>896.375</b>	<b>1.126.069</b>
<b>CONSUMI</b>		
Interessi passivi, commissioni passive e altri oneri di gestione	-271.886	-415.044
Altre spese amministrative	-121.590	-130.405
Rettifiche / Riprese di valore e altri accantonamenti	-66.735	-82.789
<b>Totale consumi</b>	<b>-460.211</b>	<b>-628.238</b>
<b>Valore Aggiunto GLOBALE LORDO</b>	<b>436.164</b>	<b>497.831</b>
Ammortamenti	-25.236	-23.453
<b>Valore Aggiunto GLOBALE NETTO</b>	<b>410.928</b>	<b>474.378</b>
Costo del lavoro	-222.990	-236.063
Elargizioni e liberalità	-30	-24
Imposte e tasse indirette e patrimoniali	-36.841	-39.917
<b>RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE</b>	<b>151.067</b>	<b>198.374</b>
Imposte sul reddito d'esercizio	-69.940	-96.259
Utile d'esercizio di pertinenza di terzi	-12.513	-16.341
<b>RISULTATO D'ESERCIZIO</b>	<b>68.614</b>	<b>85.773</b>

DATI IN MIGLIAIA DI EURO

Per l'esercizio 2007, alcune spese di pubblica utilità sono state riclassificate dalla voce “Elargizioni e liberalità” alla voce “Altre spese amministrative”. Di conseguenza i dati comparativi dell'esercizio 2006 sono stati riclassificati in modo omogeneo.

## La ripartizione del Valore Aggiunto

La differenza tra il valore economico generato dal Gruppo nel corso della propria attività e i costi affrontati per l'acquisizione di beni e servizi funzionali all'attività stessa - Valore Aggiunto globale lordo - è ripartita tra le cinque categorie di stakeholder corrispondenti a:

- Soci;
- collaboratori;
- collettività e ambiente;
- stato, enti e istituzioni;
- sistema impresa.

Interlocutori interni, esterni e “sistema impresa” partecipano ad una distribuzione della ricchezza prodotta in un'ottica di sostenibilità (come emerge dalla crescita chiaramente progressiva ed equilibrata del VAGL negli ultimi tre anni) e di soddisfazione dei propri interessi in un'ottica di reciproca complementarietà/sintesi.

	2006	2007
<b>Il Valore Aggiunto globale lordo</b>	<b>436.164</b>	<b>497.831</b>
ripartito fra:		
<b>SOCI</b>		
Utile d'esercizio	68.614	85.773
Utile di pertinenza di terzi	12.513	16.341
Utili di esercizio destinati al sociale	-3.070	-3.770
	<b>78.057</b>	<b>98.344</b>
<b>RISORSE UMANE</b>		
Costo del lavoro	222.990	236.063
	<b>222.990</b>	<b>236.063</b>
<b>COLLETTIVITÀ ED AMBIENTE</b>		
Elargizioni e liberalità	30	24
Utili di esercizio destinati al sociale	3.070	3.770
	<b>3.100</b>	<b>3.794</b>
<b>STATO, ENTI ED ISTITUZIONI</b>		
Imposte e tasse indirette e patrimoniali	36.841	39.917
Imposte sul reddito di esercizio	69.940	96.259
	<b>106.781</b>	<b>136.176</b>
<b>SISTEMA IMPRESA</b>		
Accantonamenti, rettifiche e riprese di valore	25.236	23.454
	<b>25.236</b>	<b>23.454</b>

DATI IN MIGLIAIA DI EURO

Il Valore Aggiunto globale lordo prodotto nel 2007 è distribuito nel modo seguente:

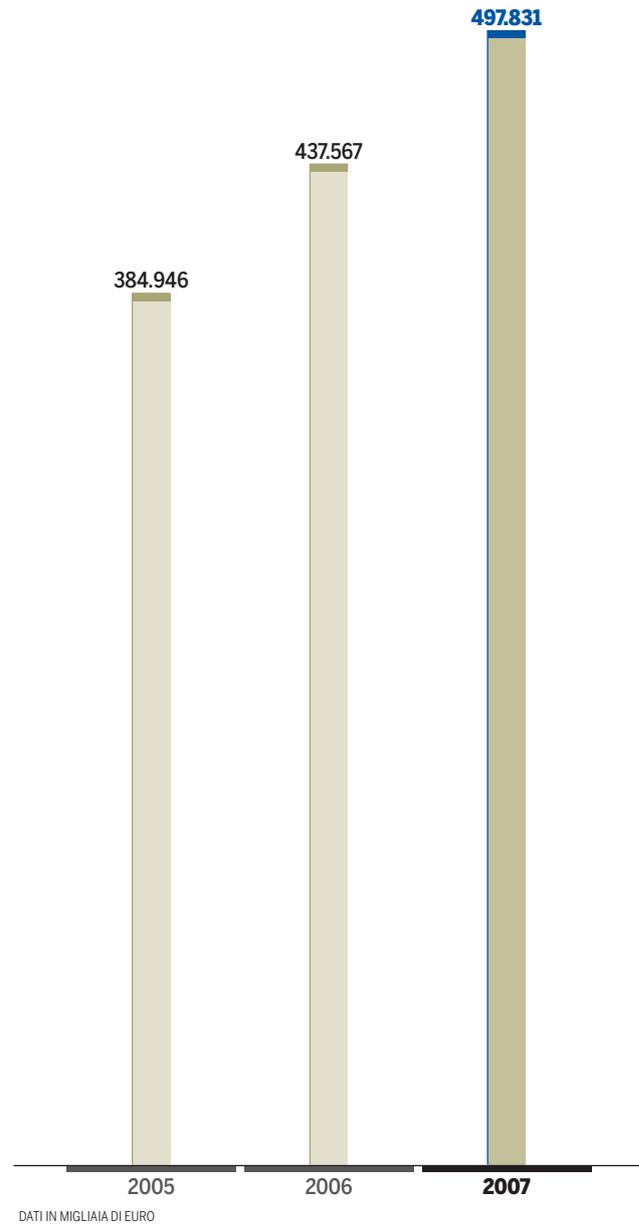
- ai Soci del Gruppo sono destinati 98,3 milioni di euro (+26%) sotto forma di “utile d'esercizio”, “utile di pertinenza di terzi” - ai terzi azionisti sono attribuite le quote di risultato economico di pertinenza (rilevano in particolare Credito Artigiano, Credito Siciliano, BAI, Mediocreval e Bancaperta) al netto della deduzione degli “utili di esercizio destinati al sociale” per una quota complessiva percentuale pari al 19,8% (in crescita di quasi due punti su base annua);
- ai collaboratori è associato un ammontare complessivo del costo del lavoro pari a 236,1 milioni di euro (+5,9%), che determina una quota di pertinenza del VAGL del 47,4% (in calo di 3,6 punti percentuali rispetto al 2006); la quota maggiore del Valore Aggiunto prodotta dal Gruppo è destinata ai collaboratori,

a conferma del contributo attivo all'ottenimento dei risultati perseguiti e al processo di crescita registrato nel corso dell'anno;

- l'aggregato “collettività e ambiente” incide per lo 0,8% del Valore sotto forma in grande sostanza di “utili di esercizio destinati al sociale”; i 3,8 milioni di euro di questa terza componente del VAGL costituiscono un dato in crescita del 22,4% con riferimento a fine 2006, a conferma dell'impegno del Gruppo nel settore;
- stato, enti e istituzioni - sotto forma di imposte dirette e indirette - assommano al 27,3% della ricchezza globale per una quota puntuale di 136,2 milioni di euro (+27,5% nel confronto annuale);
- “accantonamenti, rettifiche e riprese di valore” coincidono con la determinante “sistema impresa” - 23,5 milioni di euro (-7,1%) - incidendo sulla determinazione del VAGL nella misura del 4,7%.

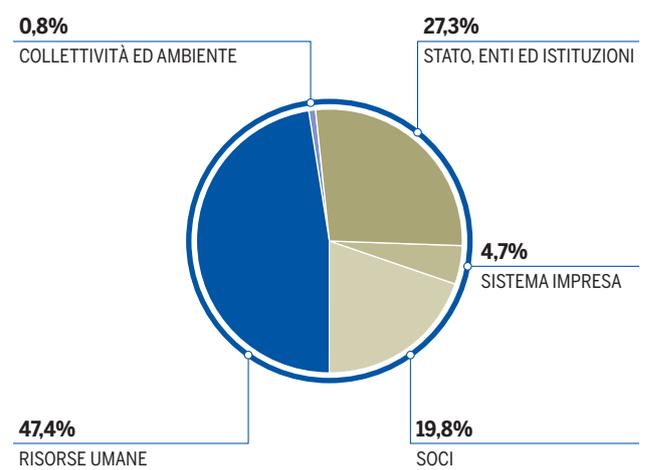


### VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO



DATI IN MIGLIAIA DI EURO

### RIPARTIZIONE DEL VALORE AGGIUNTO



# Relazioni

A blurred photograph of two people walking away on a path through a misty, tree-lined park. The scene is captured from a low angle, looking down the path. The path is paved and leads into the distance, flanked by lush green grass and large, leafy trees. The atmosphere is soft and hazy, suggesting early morning or late afternoon. The two figures are out of focus, emphasizing the overall mood of the scene.

## Capitolo 4

### **Le relazioni di scambio sociale**

**I Soci**

**I clienti**

**Le Risorse Umane**

**I media**

**I fornitori**

**Stato, autonomie locali e istituzioni**

**La collettività**

# I Soci

## Il nostro Socio

La figura del Socio non coincide con quella del “mero” azionista da remunerare in un’ottica di breve periodo, ma di interlocutore primario con cui condividere valori, programmi d’impresa e scelte strategiche nel medio-lungo termine; il Gruppo è attento al ruolo preminente di questa categoria di stakeholder nel rispetto della soddisfazione dei clienti e ne imposta il rapporto su principi di lealtà e trasparenza.

Tre tipi di motivazione sono sottesi alla “priorità” assegnata a questa categoria di stakeholder:

- 1** partecipare all’affermazione di un Gruppo che in tutte le sue componenti contribuisce alla promozione economica e sociale della comunità di riferimento;
  - 2** realizzare un investimento di lungo termine che, oltre a rendimenti vantaggiosi, presenta rischi generalmente contenuti;
  - 3** godere delle “opportunità di mercato e sociali” riservate.
- Oltre al tradizionale beneficio connesso alla distribuzione del dividendo su base annuale, ragioni legate alla natura delle banche popolari - tra cui l’associazione, per via mediata, allo sviluppo economico della collettività di appartenenza - portano alla scelta di acquisto delle azioni. Un beneficio decisivo è rappresentato da un servizio all’altezza di aspettative crescenti: radicamento nel territorio delle

filiali, elevata qualità del servizio indipendentemente dal canale utilizzato, relazione di lungo termine basata sulla mutua fiducia costituiscono tre pilastri al riguardo.

## Il Socio delle banche popolari

Il voto capitaro (ogni Socio ha diritto a un solo voto qualunque sia il numero di azioni di cui risulti titolare) costituisce il caposaldo imprescindibile della natura delle banche popolari e la manifestazione dell’esistenza di una società basata sulla democrazia delle persone, piuttosto che dei capitali; assicura la rappresentazione corretta degli interessi di tutti i Soci, su base assolutamente egualitaria. La partecipazione massima detenibile e la procedura a valere in caso di superamento della soglia definita per legge per le banche popolari (0,5%) sono esplicitate all’art. 18 dello statuto del Credito Valtellinese:

- 1** “Nessuno, Socio o non Socio, può essere intestatario di azioni per un valore nominale complessivo eccedente il limite di partecipazione al capitale sociale stabilito dalla legge.
- 2** La Società, appena rileva il superamento del limite di partecipazione suddetto, contesta al detentore la violazione del divieto.”

L’art. 27, comma 2 evidenzia come “ogni Socio non può rappresentare più di due Soci”.





### Diritti patrimoniali e amministrativi

La normativa vigente ha introdotto la possibilità di scindere i diritti patrimoniali, propri di ogni azionista indistintamente, dai diritti amministrativi propri dei soli azionisti divenuti anche Soci, previo gradimento ed ammissione nella compagine sociale.

Il processo di ammissione a Socio segue una procedura trasparente così riassumibile per gli azionisti depositanti presso le filiali delle banche del Gruppo:

- inoltro della domanda di ammissione al Consiglio di Amministrazione firmata dall'azionista;
- gli azionisti a seguito di quote del capitale acquistate on-line o di assegnazione di azioni rivenienti da operazioni di aumento del capitale (ad esempio in

caso di conversioni o di esercizio dei warrant) o di pratiche di successioni o di trasferimento titoli da altro intermediario ricevono per posta ordinaria una lettera comprensiva del modulo di "Domanda di ammissione a socio" con l'invito a ritornarlo, debitamente firmato, allo sportello della banca del Gruppo dove intrattengono i propri rapporti oppure all'Ufficio Soci del Credito Valtellinese.

Ai sensi dell'art. 9, comma 4 dello statuto, "la domanda di ammissione a Socio si intende comunque accolta qualora non venga comunicata al domicilio del richiedente una determinazione contraria entro sessanta giorni dal momento in cui la domanda è pervenuta alla Società".

### SOCI DI UNA POPOLARE. PRINCIPALI CARATTERISTICHE

- possibile e auspicata doppia qualità di Socio e cliente (stakeholder value);
- principio "una persona-un voto";
- "dividendo cooperativo" non riconducibile unicamente ad un interesse di tipo finanziario;
- relazione di lungo periodo;
- remunerazione delle azioni mediamente stabile nel tempo;
- specifici servizi (prodotti, eventi).

## Numero dei Soci

A fine 2007 il numero dei Soci del Credito Valtellinese, Credito Artigiano, Credito Siciliano, Banca dell'Artigianato e dell'Industria e Mediocreval ammonta a 112.306 unità, in crescita del 4,3% su base annua - in termini quinquennali l'aumento medio annuo è del 2,6%.

L'identità di Gruppo a matrice cooperativa a vasta e differenziata base sociale è rappresentata dal numero di Soci e azionisti della banca Capogruppo (rispettivamente 81.091 e 15.183). Alle due banche quotate è ascrivibile il 96,4% del numero dei Soci complessivi, a conferma della loro natura di aziende di credito con titoli liberamente trattati sul mercato principale di Borsa e quindi a negoziabilità immediata.

## Soci per presenza sul territorio

Dal punto di vista della residenza, i detentori delle quote di capitale delle banche e società del Gruppo in possesso dei diritti patrimoniali e partecipativi sono così ripartiti per macroaree geografiche:

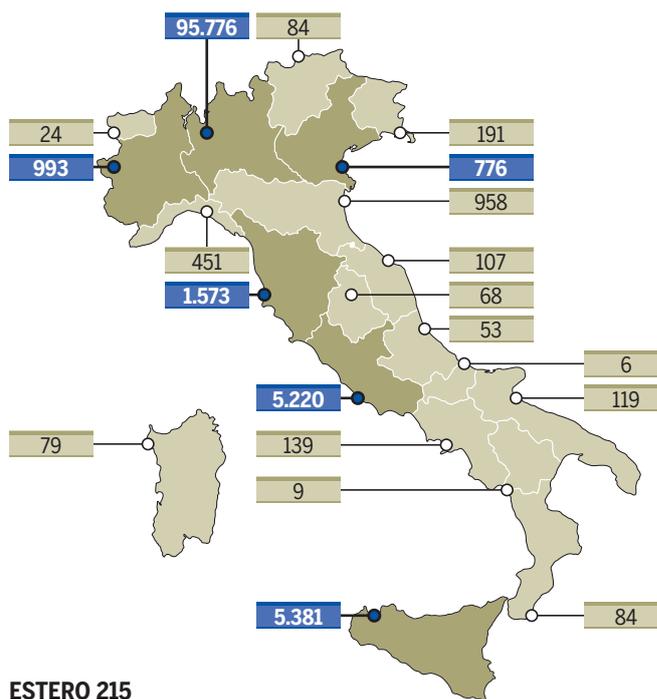


64

Il Credito Siciliano presenta un numero di detentori del capitale sociale che approssima le quattromila unità.

Soci Gruppo	2007
BANCA	NUMERO SOCI
Credito Valtellinese	81.091
Credito Artigiano	27.228
Credito Siciliano	3.857
Banca dell'Artigianato e dell'Industria	107
Mediocreval	23
<b>Totale</b>	<b>112.306</b>

Il dato riferito a Bancaperta non è compreso in quanto il capitale della banca è detenuto a fine 2007 interamente da Credito Valtellinese (63,4%), Credito Artigiano (24,5%) e Credito Siciliano (12,1%)



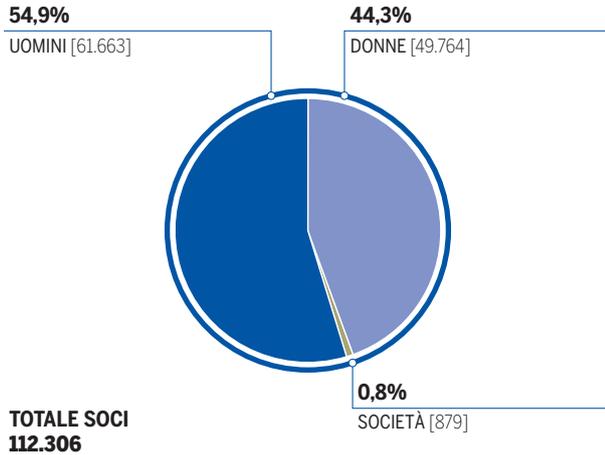
ESTERO 215

Soci per area geografica	2007	%
Italia settentrionale	99.253	88,4
Italia centrale	6.968	6,2
Italia meridionale	5.870	5,2
Estero	215	0,2
<b>Totale</b>	<b>112.306</b>	<b>100</b>

## Soci per genere

I Soci maschi del Gruppo rappresentano quasi il 55%, a fronte di Soci donne in percentuale di poco superiore al 44% - il dato è sostanzialmente stabile rispetto al 2006.

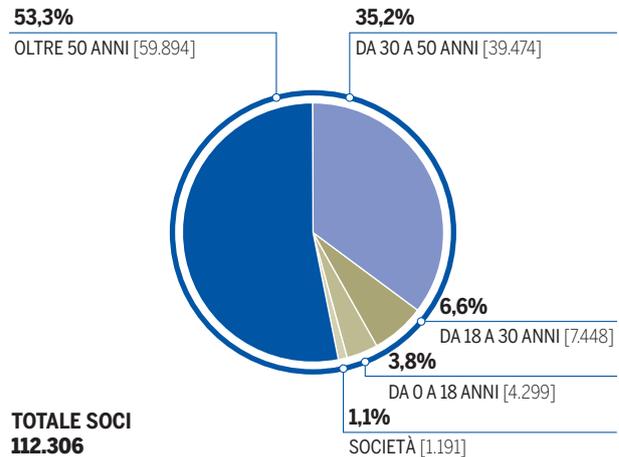
### SOCI PER GENERE



## Soci per età

La distribuzione anagrafica è concentrata tra gli ultra-cinquantenni (dato stabile), che unitamente ai Soci con oltre 30 anni di età rappresentano l'88,5% del totale.

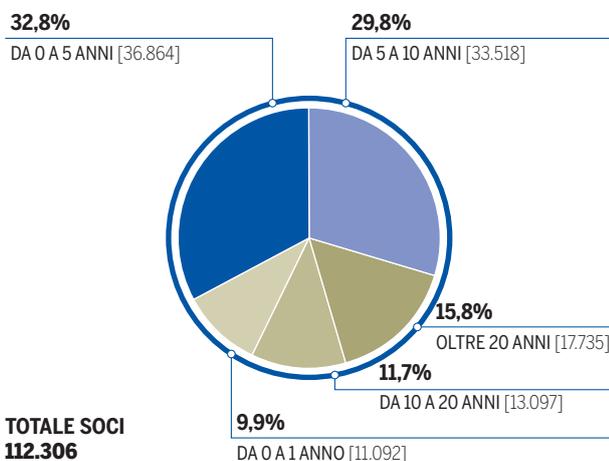
### SOCI PER ETÀ



## Soci per anzianità

Il 57,3% del numero complessivo dei detentori di quote di capitale in possesso anche dei diritti amministrativi ha assunto tale qualifica da oltre 5 anni; il dato conferma la natura di Gruppo a matrice popolare, teso alla definizione di legami di lungo periodo in un'ottica non speculativa in cui i Soci si caratterizzano per una tendenziale condivisione dei valori e degli obiettivi d'impresa.

### SOCI PER ANZIANITÀ



## I Soci delle banche quotate



Le azioni della banca Capogruppo, quotate per la prima volta nel 1981 al Mercato Ristretto, sono presenti alla Borsa principale dal 1994. L'incremento costante del numero dei Soci della banca Capogruppo costituisce un obiettivo strategico per tutta la rete di vendita del Gruppo unitamente alla crescita degli azionisti del Credito Artigiano. La compagine sociale del Credito Valtellinese è ampia e frammentata, in linea con la natura di banca popolare; non sono in essere patti parasociali.



I Soci, in accordo con una politica tesa ad accrescerne il numero e a valorizzare ulteriormente la natura di banca cooperativa, ammontano a 81.091 unità - 73.935 di loro, per una percentuale pari al 91,2%, sono anche clienti di una banca del Gruppo. Nel 2007 tutte le 9.100 richieste di ammissione a nuovo Socio sono state approvate dal Consiglio di Amministrazione.

I Soci del Credito Artigiano, quotato dal 1999 in Borsa, ammontano a fine 2007 a 27.228 unità.



## Il valore del possesso azionario

Le azioni del Credito Valtellinese - da marzo 2007 appartenenti all'indice Midex (segmento del Mercato Telematico Azionario di Borsa italiana delle società con capitalizzazione superiore a 1 miliardo di euro) - e del Credito Artigiano sono quotate alla Borsa Italiana al fine di favorire una maggiore trasparenza nella formazione dei prezzi, un più ampio volume di scambi, una maggiore liquidità del titolo e un confronto diretto con il mercato; possono essere acquistate presso tutte le agenzie delle banche del Gruppo o in Internet tramite il servizio di trading on-line di [banc@perta](mailto:banc@perta).

Il loro valore nominale è rispettivamente di 3,50 e 1 €; il valore di mercato è rilevabile in tempo reale sulla homepage Internet del Gruppo ([www.creval.it](http://www.creval.it)).

Il loro possesso garantisce tre tipi di vantaggi:

- 1** liquidabilità, alla luce della quotazione sul mercato di Borsa principale;
- 2** monitorabilità, tramite la possibilità di controllare l'andamento del proprio investimento in ogni momento;
- 3** convenienza per i Soci: oltre ai vantaggi specifici (dividendi, eventuali guadagni in conto capitale, diritto di partecipazione e di voto alle assemblee), consentono l'acquisizione di uno "status" distintivo che si concretizza nell'accesso a servizi riservati in esclusiva e a condizioni vantaggiose - riassunti a pg 70.

Il prezzo medio di mercato del titolo Credito Valtellinese (calcolato come media dei prezzi registrati nell'anno solare 2007 ponderata per i volumi scambiati quotidianamente) è risultato pari a 10,8 euro, a fronte di un volume medio giornaliero di 340.270 azioni scambiate

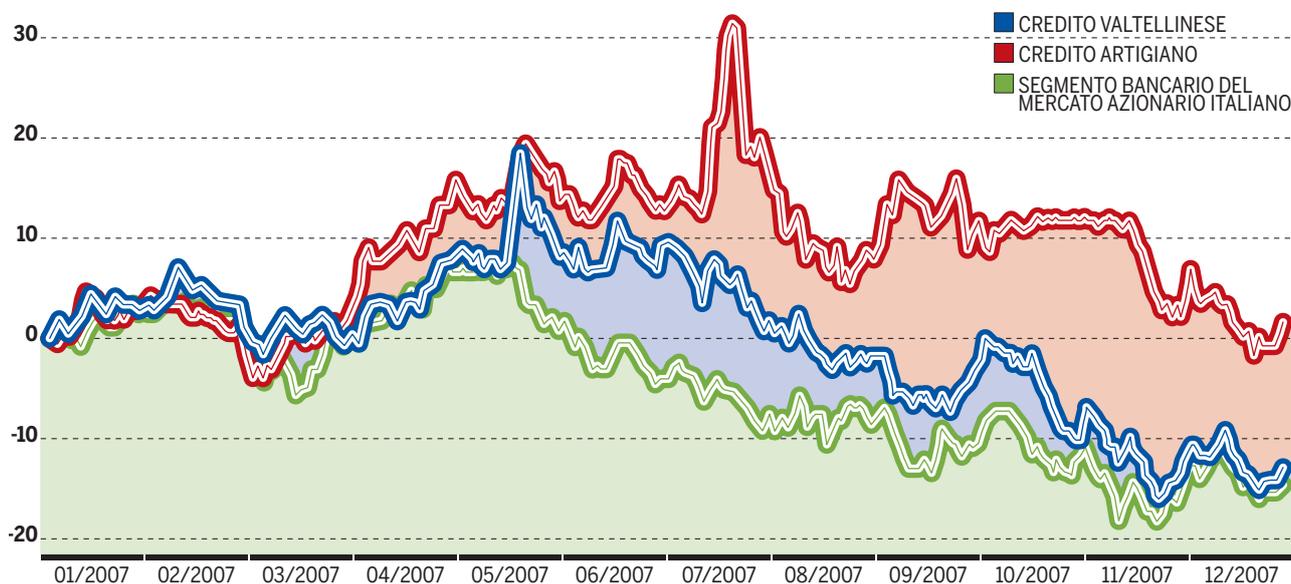
(nel 2006 221.779 pezzi). Il prezzo massimo giornaliero di chiusura è stato di 12,2 euro - registrato il 18 maggio - mentre la quotazione minima è risultata di 8,6 euro - 22 novembre. Alla fine del 2007 il titolo quotava 9 euro e la conseguente capitalizzazione di borsa della Capogruppo si attestava a 1,441 miliardi di euro - sessantatreesima società quotata italiana in un range comprensivo anche dei titoli del mercato Expandi; presentava un Beta prospettico (indicatore di rischiosità del titolo calcolato ai prezzi degli ultimi trenta mesi) pari a 0,77, a sottolineare come il prezzo dell'azione oscilli sensibilmente meno dell'indice di mercato.

Il prezzo medio di mercato del titolo Credito Artigiano è risultato pari a 4 euro, con un volume medio giornaliero di azioni scambiate pari a 104.889 unità (74.280 nel 2006). Il prezzo massimo giornaliero di chiusura è risultato pari a 4,7 euro (19 luglio), mentre il prezzo minimo si è attestato a 3,5 euro il 19 dicembre. L'azione quotava 3,6 euro a fine anno per una capitalizzazione di borsa pari a 514 milioni di euro - centosettesima società quotata a Piazza Affari; evidenziava un Beta prospettico di 0,64.

### Copertura da parte degli analisti

Le case di brokeraggio che coprono il titolo del Credito Valtellinese sono Euromobiliare, Goldman Sachs, Keefe Bruyette & Woods, HVB Milan Unicredit Markets & Investment Banking e Mediobanca.

L'azione del Credito Artigiano è seguita da Euromobiliare.





## Rating

Il Credito Valtellinese ha ottenuto per la prima volta nel 2002 la valutazione di Moody's, che ha assegnato il rating Baa1 a conferma della capacità competitiva della Capogruppo e di una capitalizzazione adeguata alla natura dei rischi associati all'attività svolta.

La stessa agenzia ha migliorato nel corso del mese di novembre da "stabile" a "positivo" l'outlook sui seguenti rating a lungo e breve termine assegnati al Credito Valtellinese e a Bancaperta:

- Long-term deposits: Baa1;
- Senior Unsecured debt: Baa1;
- Subordinate debt: Baa2;
- Junior Subordinate: Baa2;
- Short-term deposits: Prime-2.

È stato confermato a "C-" il rating relativo alla solidità finanziaria, con outlook "stabile".

Nella motivazione (presente in versione originale nel sito del Gruppo nella sezione dedicata ai comunicati stampa) Moody's rimarca i miglioramenti nel profilo finanziario complessivo della banca Capogruppo - con riferimento in particolare a parametri di redditività e efficienza - e la strategia solida e prudente adottata: il Credito Valtellinese è considerato adeguatamente patrimonializzato alla luce del recente aumento di capitale,

anche con riguardo alle acquisizioni degli sportelli in via di completamento e alla crescita organica preventivata.

Nel mese di maggio la banca Capogruppo ha ottenuto dall'agenzia di rating Fitch i seguenti rating:

- Issuer Default (long term) A-, con outlook stabile;
- Short term F2;
- Individual C;
- Support 3.

Il giudizio positivo si basa sul radicamento locale del Gruppo, che evidenzia margini di interesse solidi a sostegno della redditività. La concentrazione dei crediti appare molto frazionata, sia a livello di prenditori individuali che di settori industriali, e resta entro limiti di rischio accettabili. Ad agosto, nel confermare le valutazioni alla banca Capogruppo l'agenzia britannica ha attribuito per la prima volta a Bancaperta i seguenti rating:

- Issuer Default (long term) A-, con outlook stabile;
- Short term F2;
- Support 1.

Fitch sottolinea il ruolo di Bancaperta in quanto fornitrice dei servizi di tesoreria, funding e trading per l'intero Gruppo e la sua stretta integrazione con il Credito Valtellinese in termini di strategia e risk management.

## Politica dei dividendi

L'Assemblea dei Soci del Credito Valtellinese del 21 aprile 2007 ha approvato in 36,4 milioni di euro il monte dividendi da assegnare ai detentori del capitale - in aumento del 15,9% rispetto all'anno precedente. Il dividendo unitario è risultato pari a 0,40 euro (identico all'esercizio 2005), ma riferito a un numero di azioni maggiore per effetto della conversione della seconda tranche del prestito obbligazionario "Cre-

dito Valtellinese 2,8% 2004-2007 convertibile". La politica dei dividendi in atto è orientata alla crescita costante del loro livello globale: la quota di utile distribuita agli azionisti (pay-out ratio) è stabilizzata a livelli medi superiori al 70% negli ultimi cinque anni e pari al 76% nel 2006 - a testimonianza di una distribuzione improntata a massimizzare il livello di ricchezza prodotta e distribuita a Soci e azionisti.

L'Assemblea dei Soci del Credito Artigiano del 5 aprile 2007 ha deliberato un dividendo pari a 0,1635 € (+3,2%); il monte dividendi ripartito agli azionisti è ammontato a 23,3 milioni € (+31,6%).

Le principali società controllate e collegate della Capogruppo a loro volta nel 2006 hanno generato dividendi per 24,6 milioni € (+12,5% su base annua) ed espresso un rendimento medio nell'ordine del 3,4%.

	2002	2003	2004	2005	2006
<b>CREDITO VALTELLINESE</b>					
Monte dividendi (migliaia di euro)	20.568	21.831	26.404	31.387	36.389
Pay out ratio	78%	68%	72%	75%	76%
<b>CREDITO ARTIGIANO</b>					
Monte dividendi (migliaia di euro)	12.685	13.155	13.413	14.921	23.282
Pay out ratio	87%	87%	87%	82%	82%

## Relazioni con gli investitori

Nel rispetto della procedura per il trattamento delle informazioni riservate e *price-sensitive*, il Gruppo si impegna a fornire alla comunità finanziaria un'informazione caratterizzata da tempestività, continuità e costanza, nel rispetto di criteri di correttezza e chiarezza.

Il Gruppo ha incontrato il 17 gennaio 2007 qualificati analisti finanziari interessati a conoscere da vicino l'attività e a produrre report mirati alla comunità finanziaria (comprensivi di *target price* e situazione economica-patrimoniale prospettica a livello consolidato); l'occasione è stata utilizzata per comunicare risultati, strategie e prospettive e si serve degli studi prodotti dalla comunità degli analisti per considerare ulteriori spazi di miglioramento in termini di efficienza e redditività - un approfondimento è trattato a pag. 102 con riferimento al coinvolgimento dei media.

Tramite il Servizio Corporate Identity, Comunicazione Istituzionale e Stampa, ove è inserita la funzione di Investor Relator, che gestisce i rapporti con la stampa e le relazioni strutturate con la comunità finanziaria, è messa a disposizione degli stakeholder l'informazione necessaria affinché le opinioni e decisioni di analisti finanziari,

società di rating e investitori siano basate su principi di completezza, tempestività e chiarezza informativa, con particolare riferimento alle scelte strategiche adottate e all'andamento della gestione - nel rispetto dei dettami normativi sulle informazioni *price sensitive*, di un linguaggio comprensibile e di principi di simmetria informativa nei confronti del pubblico.

Tutti i dati di natura economica-finanziaria sono tempestivamente diffusi anche mediante il sito Internet della società, nell'ampia sezione dedicata alle Investor Relations (<http://www.creval.it/investorRelations/index.html>) che comprende nove parti riferite alle due banche quotate del Gruppo:

- 1 corporate governance;
- 2 calendario eventi societari;
- 3 comunicati stampa;
- 4 bilanci e relazioni;
- 5 rating;
- 6 prospetti e documenti informativi;
- 7 informazioni per gli azionisti;
- 8 presentazioni alla comunità finanziaria;
- 9 copertura da parte degli analisti.

## Servizi per i Soci

### Conto Armonia

Prevede sconti nelle spese per i Soci delle banche del Gruppo.

I conti della linea omonima - riservati alla clientela privata sulla base di un canone predeterminato, fisso e contenuto - consentono di effettuare tutte le operazioni bancarie e di accedere ad un ampio ventaglio di prodotti e servizi di finanziamento ed investimento.

Facilitazioni di prezzo sono previste come di seguito specificato:

- nelle versioni Web (operativa unicamente via Internet) e Light (destinata a chi utilizza i servizi bancari più comuni) sconto del 50% sul canone, indipendentemente dal numero di azioni possedute;
- nella versione Young (riservata alla fascia di età dai 18 ai 27 anni) gratuità del canone indipendentemente dal numero di azioni detenute;
- nella versione Silver (dedicata a chi necessita di una gamma di servizi completa) riduzioni del 50% sul canone a partire da 200 azioni del Credito Valtellinese, da 1.500 azioni del Credito Artigiano, da 150 azioni del Credito Siciliano o da una loro combinazione;
- nella versione Gold (soluzione più idonea a soddisfare le esigenze finanziarie più complesse e desidera un'ottima remunerazione delle proprie giacenze) calo del 50% del canone a partire da 500 azioni del Credito Valtellinese, da 4.000 azioni del Credito Artigiano, da 400 azioni del Credito Siciliano o da una loro combinazione.

Su tutti i cinque profili lo sconto sulle spese è completo per i Soci che detengono presso le banche del Gruppo oltre 75.000 euro in Fondi, Polizze e Gestioni Patrimoniali.

### Convenzione SpecialSocio

È la modalità di rapporto, che riprende il nome che storicamente accompagna le facilitazioni riservate ai Soci, riservata ai clienti con possesso superiore a 1.000 azioni del Credito Valtellinese in deposito presso una banca del Gruppo.

Convenzione SpecialSocio prevede un canone mensile ridotto rispetto alle condizioni standard comprensivo tra l'altro di:

- utilizzo di tutte le funzionalità previste dalla linea banc@perta;
- servizio Post@inlinea: invio estratto conto e corrispondenza bancaria on-line;
- emissione di cart@perta (in numero illimitato);

- sottoscrizione di una tessera Bancomat/Pagobancomat internazionale;
- utilizzo di una carta di credito Key Client Gold;
- possibilità di ottenere carta di credito American Express Oro gratuitamente il primo anno e a condizioni di favore gli anni successivi;
- gratuità dei diritti di custodia del deposito titoli e delle relative spese di trasferimento;
- sconto del 50% sul canone delle cassette di sicurezza;
- gratuità del pagamento dei tributi e contributi tramite banc@perta.

Il canone per i Soci-clienti con possesso a partire da mille azioni del Credito Valtellinese in deposito presso una banca del Gruppo comprende inoltre ulteriori facilitazioni in caso di finanziamenti tra cui:

- riduzione del 50% sulle spese di istruttoria per i mutui;
- gratuità delle spese di istruttoria previste per Fidocontinuo (credito al consumo).
- sconto del 25% sulle commissioni relative alle gestioni patrimoniali;
- sconto del 25% sulle spese di istruttoria, ove previste, relative alle altre forme di finanziamento.



## Il coinvolgimento dei Soci

### Assemblee dei Soci

La pubblicazione delle relazioni periodiche di esercizio, con cadenza trimestrale nel caso delle banche quotate, e del Bilancio Sociale annuale costituiscono il momento fondamentale di confronto con i Soci, unitamente alle Assemblee che rappresentano l'organo sovrano delle banche e delle società del Gruppo; possono intervenire ed esercitare il diritto di voto i Soci iscritti nel libro omonimo da almeno novanta giorni. In ossequio alla consuetudine in uso dal 2003, nel caso dell'Assemblea del Credito Valtellinese è stata fornita la possibilità di seguire in diretta tramite Internet per la parte relativa alle presentazioni e relazioni concernenti il bilancio.

#### Credito Valtellinese

Le Assemblee del Credito Valtellinese - banca popolare ad azionariato diffuso - hanno avuto luogo a Sondrio il 10 febbraio (sede straordinaria) e il 21 aprile 2007 (modalità ordinaria e straordinaria).

In particolare, con riferimento allo statuto:

- sono stati riformulati gli articoli attinenti la nomina del Consiglio di Amministrazione, che recepiscono le disposizioni sugli Amministratori indipendenti e sulle modalità di nomina con voto di lista e di sostituzione degli stessi in caso di cessazione anticipata;
- è stato introdotto un nuovo articolo (52 bis) relativo a modalità di nomina e requisiti di professionalità del Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili.

All'Assemblea ordinaria sono intervenuti 1.499 Soci di cui 1.041 in proprio, 287 minori rappresentati e 171 per delega.

Il dibattito ha visto la partecipazione di vari Soci, che hanno trattato in particolare i seguenti temi:

- natura di banca locale e rilevanza del Bilancio Sociale;
- aspetti sociali dell'attività e rilevanza dei mercati dell'Europa orientale per l'attività del Gruppo;
- richiesta di chiarimenti sull'operazione di aumento di capitale deliberata in febbraio;
- valutazione positiva dell'accordo con Banca Tercas, con cui il Gruppo Credito Valtellinese condivide i valori di fondo e l'impostazione operativa dell'attività;
- programma di iniziative del Centenario;
- considerazioni sulla dimensione aziendale come fattore di competizione importante, facendo riferimento al riguardo al percorso di sviluppo intrapreso dal Gruppo.

A tutte le questioni esposte il Direttore Generale e il Presidente della banca hanno fornito riscontro in sede di replica - l'intero verbale dell'Assemblea è disponibile in Internet nella sezione "Investor Relations" all'indirizzo <http://www.creval.it/investorRelations/index.html> (nella sottosezione "Informazioni per gli azionisti", "Assemblee", "Assemblea straordinaria e ordinaria 21 aprile 2007"), così come per l'Assemblea del Credito Artigiano.

#### Credito Artigiano

L'Assemblea ordinaria del Credito Artigiano, di cui la banca Capogruppo detiene a fine anno il 65,7% del capitale sociale, si è svolta a Milano il 5 aprile 2007; sono risultati presenti e/o rappresentati per delega 94 azionisti per un peso pari al 71,9% del capitale sociale.

Nel corso dell'anno si sono svolte anche due assemblee straordinarie - il 28 giugno e 20 dicembre - che hanno approvato:

- una serie di modifiche statutarie;
- la proposta di aumento di capitale finalizzata all'acquisizione degli sportelli dal Gruppo Intesa Sanpaolo in provincia di Pavia e ai seguenti obiettivi:
  - finanziare l'espansione delle attività di rischio ponderate correlata all'acquisizione degli sportelli medesimi e all'apertura di 20 nuove filiali nei prossimi due anni;
  - mantenere, nel medesimo periodo, un livello di patrimonializzazione superiore ai requisiti minimi previsti dal Nuovo Accordo sul Capitale di Basilea II;
  - migliorare la posizione finanziaria netta.

#### Credito Siciliano

L'Assemblea ordinaria del Credito Siciliano, di cui il Credito Valtellinese è azionista nella misura del 40,3% e il Credito Artigiano per il 35,8%, ha avuto luogo il 3 aprile 2007 in Acireale (Ct).

Vi hanno partecipato 102 azionisti di cui 89 in proprio e 13 per delega, in rappresentanza del 76,9% del capitale sociale.

Giovanni De Censi, in rappresentanza del Credito Valtellinese, ha dato avvio alla discussione ricordando la nascita e lo sviluppo del polo bancario siciliano del Gruppo - in attuazione del complessivo disegno imprenditoriale del conglomerato - ed evidenziando come il Credito Siciliano abbia finora raggiunto i propri obiettivi di crescita.

La discussione ha visto un unico intervento centrato sull'entità del dividendo assegnato ai Soci e sulla possibile quotazione delle azioni del Credito Siciliano.

## I clienti

Il vantaggio competitivo durevole del Gruppo deriva dal valore che riesce a creare per i propri clienti attuali e potenziali secondo tre modalità distinte:

- 1 capacità di personalizzare la relazione e di renderla durevole nel tempo;
- 2 vantaggi specifici dell'offerta - ad esempio in termini di una sua distintività - in grado di determinare una preferenza da parte dei consumatori;
- 3 prezzi di servizi e prodotti competitivi rispetto alla concorrenza.

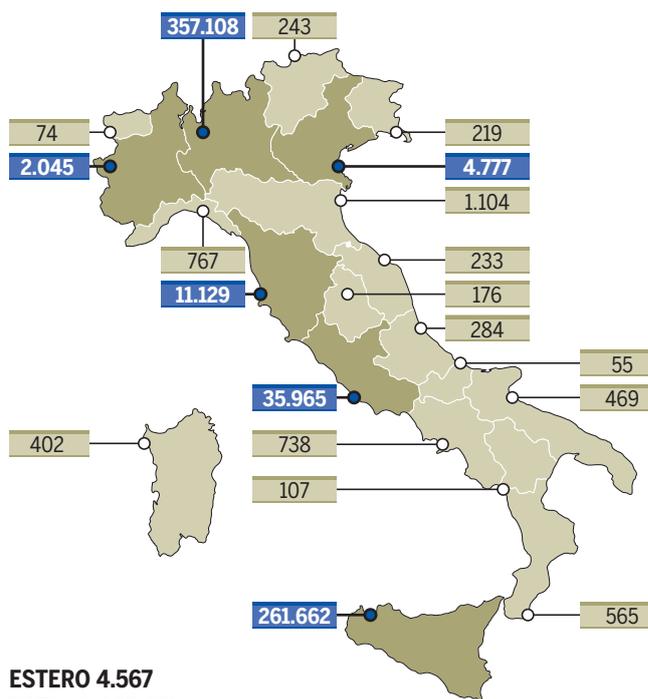
Tutte le banche del Gruppo sviluppano un orientamento mirato ai singoli segmenti di clientela (in particolare privati, professionisti, piccole e medie imprese) in un'ottica di soddisfazione degli stessi - intesa in primo luogo come fidelizzazione - e di massimizzazione della qualità dei prodotti e servizi erogati, in continuo sviluppo; mirano a un rapporto personalizzato e posizionato sulle singole specifiche esigenze, consentendo per questa via il mantenimento e lo sviluppo della relazione - anche grazie al processo di continua innovazione tecnologica dei processi operativi.

Una base di clienti fidelizzata e in tendenziale crescita dal punto di vista quantitativo e dei prodotti/servizi sottoscritti pro-capite costituisce il principale bacino di valore e il perno dell'azione commerciale, articolata in apposite campagne pubblicitarie sulla base di una programmazione commerciale mirata; le capacità di consulenza e personalizzazione del servizio in capo al personale della rete di vendita, dal canto loro, si accompagnano ad un progressivo, sostenuto aggiornamento e ampliamento della gamma di prodotti offerti sulla spinta dell'innovazione nei processi produttivi - nei tre tradizionali settori dei trasferimenti, investimenti e finanziamenti.

L'operato delle banche del Gruppo con i singoli clienti si fonda su alcuni elementi distintivi richiesti ad ogni collaboratore:

- comportamenti etici coerenti con i valori di riferimento dichiarati;
- rapporto di fiducia reciproca;
- trasparenza dei comportamenti e dei servizi offerti;
- elevata qualità dei modelli di servizio basata su un approccio di tipo consulenziale;
- multicanalità integrata - rete fisica degli sportelli e canali a distanza - per soddisfare le esigenze di prossimità e accessibilità alla clientela.

A fine 2006 il numero dei clienti del Gruppo ammonta a 682.689 unità (+3,5%).



## Indici di territorialità

### IMPIEGHI E RACCOLTA PER PROVINCIA DI LOCALIZZAZIONE DEGLI SPORTELLI

Provincia	Impieghi	Raccolta
Agrigento	0,10%	0,10%
Bergamo	4,91%	3,50%
Brescia	1,96%	1,41%
Caltanissetta	0,71%	0,92%
Catania	7,83%	8,20%
Como	8,11%	8,42%
Enna	0,29%	0,15%
Firenze	1,59%	1,02%
Lecco	8,06%	6,41%
Messina	1,81%	1,68%
Milano	29,67%	32,03%
Novara	0,01%	0,01%
Padova	0,03%	0,03%
Palermo	3,11%	3,50%
Pavia	0,21%	0,15%
Pistoia	0,13%	0,04%
Prato	0,46%	0,7%
Ragusa	1,04%	0,47%
Roma	4,20%	7,55%
Siracusa	0,65%	0,71%
Sondrio	15,10%	16,93%
Trapani	0,98%	0,84%
Varese	6,85%	4,55%
Vicenza	1,86%	0,93%
Verbania	0,05%	0,01%
Verona	0,30%	0,08%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**IMPIEGHI E RACCOLTA PER REGIONE DI LOCALIZZAZIONE DEGLI SPORTELLI**

	<b>Impieghi</b>	<b>Raccolta</b>
Lombardia	74,86%	73,39%
Veneto	2,19%	1,04%
Piemonte	0,06%	0,02%
Toscana	2,18%	1,44%
Lazio	4,20%	7,55%
Sicilia	16,51%	16,56%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**La politica della raccolta e degli impieghi**

La crescita costante della raccolta e degli impieghi - più che proporzionale rispetto allo sviluppo della rete delle banche sul territorio - dimostra la capacità del Gruppo di conquistare la fiducia dei risparmiatori e l'attitudine a fornire finanziamenti adeguati alle famiglie e alle attività economiche commerciali presenti sui territori di insediamento; la politica creditizia è orientata alla massima diversificazione per segmento di clientela e settore di attività con particolare attenzione alla piccola e media impresa e declina in modo significativo la connessione del Gruppo con la realtà produttiva locale.

**Raccolta**

Il volume globale della raccolta del Gruppo ammonta nel 2007 a 25,8 milioni di euro (+5,7% sul 2006).

La raccolta diretta da clientela risulta pari a 13,7 milioni di euro, in aumento del 13,5% su base annua; la componente indiretta si attesta a 12,1 milioni di euro (-1,9%, a riflesso di scelte di allocazione del risparmio della clientela improntate a maggiore cautela e orientate su prodotti ad elevata liquidità) - l'area è presidiata da Bancaperta, che coordina l'attività del polo finanziario di Gruppo che raggruppa tutte le società controllate e collegate che sviluppano i prodotti finanziari per la clientela nella propria *mission* (Aperta SGR, Aperta Fiduciaria e Global Assicurazioni).

**Impieghi**

Gli impieghi ammontano a 13,8 milioni di euro (+20,2% rispetto al 2006).

La rischiosità dei crediti riassunta nell'indicatore Crediti non performing/Totale crediti mostra un valore pari al 2,9% (-0,5%); i crediti in sofferenza ammontano a 187 milioni di euro, con un'incidenza sul portafoglio crediti pari a 1,4% (-0,2%), mentre gli altri crediti dubbi sono pari a 213 milioni di euro (1,5% sul totale, -0,3%).

La politica gestionale è volta a contenere i rischi creditizi e finanziari mediante un'attività di finanziamento che privilegia l'erogazione del credito a famiglie e piccole e medie imprese.

**DEBITI VERSO CLIENTELA: COMPOSIZIONE MERCEOLOGICA**

<b>Tipologia operazioni/Valori</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>
Conti correnti e depositi liberi	7.473.556	<b>7.719.822</b>
Depositi vincolati	8.183	<b>20.663</b>
Fondi di terzi in amministrazione	-	-
Finanziamenti	676.004	<b>899.207</b>
- locazione finanziaria	-	-
- altri	676.004	<b>899.207</b>
Debiti per impegni di riacquisto di propri strumenti patrimoniali	-	-
Passività a fronte di attività cedute non cancellate dal bilancio	862.671	<b>1.123.802</b>
- pronti contro termine passivi	862.671	<b>1.123.802</b>
- altre	-	-
Altri debiti	75.982	<b>95.427</b>
<b>Totale (euro)</b>	<b>9.096.396</b>	<b>9.858.921</b>

**CREDITI VERSO CLIENTELA: COMPOSIZIONE MERCEOLOGICA**

<b>Tipologia operazioni/Valori</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>
Conti correnti	4.632.556	<b>5.642.380</b>
Pronti contro termine attivi	1.019	-
Mutui	3.318.795	<b>4.103.631</b>
Carte di credito, prestiti personali e cessioni del quinto	235.608	<b>267.885</b>
Locazione finanziaria	777.226	<b>870.428</b>
Factoring	-	-
Altre operazioni	2.096.331	<b>2.469.234</b>
Titoli di debito	1.808	<b>1.811</b>
- titoli strutturati	-	-
- altri titoli di debito	1.808	<b>1.811</b>
Attività deteriorate	382.442	<b>398.964</b>
Attività cedute non cancellate	-	-
<b>Totale (euro)</b>	<b>11.445.785</b>	<b>13.754.333</b>

“Conformità alle leggi, trasparenza e correttezza gestionale, fiducia e cooperazione con tutte le categorie di stakeholder sono i principi cui il Gruppo Credito Valtellinese ispira il proprio operare, al fine di competere efficacemente e lealmente nel mercato, migliorare la soddisfazione dei propri clienti, accrescere il valore aggiunto prodotto dal Gruppo e sviluppare le competenze e la crescita professionale delle proprie Risorse Umane” - recitano i valori fondanti del codice comportamentale del Gruppo.

La trasparenza costituisce l'elemento qualificante la relazione con i clienti attuali e potenziali e, accanto a principi di semplicità e chiarezza, orienta l'approccio delle banche del Gruppo al contatto con i clienti, in linea con la necessità di un dialogo costante nel tempo - in essere in primo luogo tramite la rete delle banche e il portale Internet - e di un linguaggio comune.

In questo senso non è da intendere unicamente come esplicitazione completa delle condizioni di offerta, ma come modalità distintiva di approccio al cliente.

Le attività svolte nel 2007 sull'argomento sono culminate nella parziale revisione di un Manuale ad uso interno sulla “trasparenza e pubblicità delle condizioni applicate alla clientela” (prima edizione nel 2001) che, prendendo le mosse dalla regolamentazione in essere che disciplina anche la pubblicità delle condizioni, intende assicurare un'informazione chiara ed esauriente sulle condizioni e le caratteristiche delle operazioni e dei servizi offerti.

Congiuntamente all'attività di autoregolamentazione, la politica del Gruppo - in linea con le prescrizioni in materia indicate dalla Banca d'Italia - segue un modello imperniato su quattro fronti:

**1** pubblicità - avvisi nei locali aperti al pubblico sulle “principali norme di trasparenza” che si prefiggono lo scopo di informare il cliente dei diritti a disposizione, fogli informativi di descrizione in maniera sintetica del contenuto economico e normativo dei prodotti, annun-

ci pubblicitari veri e propri (la normativa prevede che debbano essere chiaramente riconoscibili come tali);

**2** informativa precontrattuale - il cliente ha diritto di richiedere e ottenere una copia completa del contratto relativo al prodotto o servizio offerto comprensivo di un documento di sintesi delle più significative condizioni contrattuali ed economiche;

**3** informativa contrattuale - redazione e consegna al cliente di copia comprensiva delle condizioni generali e indicazioni dei contenuti dei contratti;

**4** comunicazioni alla clientela - il legislatore pone attenzione in particolare a precisi obblighi di comunicazione in caso di variazioni contrattuali sfavorevoli per il cliente; le banche sono tenute almeno una volta l'anno a fornire per iscritto una documentazione analitica che dia una completa e chiara informazione sullo svolgimento del rapporto e un aggiornato quadro delle condizioni applicate.

In termini di modalità operative, al fine di mantenersi in regola con la normativa sulla trasparenza a tutte le agenzie delle banche del Gruppo è richiesto di esporre la seguente documentazione:

- avviso delle “principali norme di trasparenza”;
- collocamento dei Titoli di Stato;
- cartello “Rilevazione dei tassi di interesse effettivi globali medi ai fini della legge sull'usura”;
- elenco dei Fogli Informativi a disposizione della clientela.

Tutte le sedi aperte al pubblico provvedono regolarmente all'aggiornamento della documentazione da esporre.

La gestione dei rapporti con la clientela è orientata all'assoluto rispetto delle regole vigenti in materia; trasparenza nelle relazioni contrattuali e semplificazione della modulistica e della contrattualistica costituiscono i due pilastri della politica del Gruppo, nell'ottica di un servizio al cliente completo e in grado di garantire all'offerta di servizi/prodotti canonici di integrità e correttezza in linea con le *best practice* del settore.

## Comunicazione

L'attività di comunicazione è tesa a trasmettere i caratteri distintivi dell'offerta delle banche del Gruppo.

Questo risultato è perseguito:

- attraverso la diffusione di messaggi in grado di informare il pubblico sui caratteri dell'offerta e per questa via di stimolarlo alla sottoscrizione sollecitando l'insorgere di un bisogno latente;
- mediante la strutturazione di un Piano Media in grado di raggiungere la clientela di riferimento in modo coerente con le caratteristiche del messaggio e del prodotto;
- con la presenza, individualizzata con il marchio delle banche territoriali, nelle più significative manifestazioni organizzate nelle zone di insediamento.

La comunicazione assolve il compito primario di gestire

le informazioni e l'immagine verso l'esterno e all'interno del Gruppo - non si esaurisce in un flusso di notizie monodirezionali, ma si propone come "scambio" reciproco di notizie con il pubblico di riferimento, cui è fornita la possibilità di interagire con tutte le strutture interne tramite la rete delle filiali (la comunicazione si determina anche tramite i comportamenti: ogni dipendente comunica, contribuendo a plasmarne l'immagine sul mercato), l'invio di lettere telematiche e il contatto con il *call center*. La dotazione a 254 collaboratori di telefonino integrato Blackberry, che consente la gestione delle lettere telematiche in tempo reale, costituisce a sua volta una modalità importante per consentire i contatti e le comunicazioni intra- ed extra-aziendali in mobilità.

## Comunicazione esterna

La rivista Pleiadi, pubblicata a cadenza quadrimestrale in 200.000 copie e giunta nel 2008 al sesto anno di vita, assolve principalmente finalità commerciali e intende informare la clientela e i Soci sulle principali novità delle banche del Gruppo in termini di nuovi prodotti, iniziative, orientamenti e strategie. Comprende un comitato di redazione a composizione variabile a seconda degli collaboratori dei singoli numeri - tutti dipendenti del Gruppo (di norma Deltas e, per gli approfondimenti finanziari, Bancaperta).

Il Bilancio Sociale, che nel 2006 ha visto la distribuzione di oltre 14.000 copie, costituisce l'esito di un processo di rendicontazione sociale che si ispira ad una cultura e ad un sistema di valori che trovano il proprio baricentro nella relazione fiduciaria con i cittadini. Il documento esprime un resoconto articolato dell'operato sotto il triplice aspetto economico ("La relazione economica"), sociale ("fotografia" degli stakeholder: "La relazione sociale") e ambientale (nella sezione omonima).



I Bilanci d'esercizio del Credito Valtellinese e del Credito Artigiano, pubblicati in 1.270 copie in versione definitiva, sono a loro volta oggetto di distribuzione in sede di Assemblée dei Soci. I bilanci di tutte le società del Gruppo sono resi disponibili in apposito CD Rom (2.000 copie).

## IL CREDITO VALTELLINESE FINALISTA ALL'OSCAR DI BILANCIO

La Giuria dell'Oscar di Bilancio ha indicato tra i finalisti dell'edizione 2007 del Premio il Credito Valtellinese nella categoria delle Maggiori e Grandi Imprese bancarie quotate e non quotate.

L'attribuzione è promossa e gestita da FERPI (Federazione Relazioni Pubbliche Italiana) con il patrocinio di Centrale dei Bilanci. La selezione è avvenuta sulla base di diciannove parametri tra cui i progressi

realizzati negli anni, la presenza contestuale di bilancio economico e socio-ambientale, la trasparenza e completezza della documentazione, la qualità grafica e i tempi e modi di presentazione (anche in rete).

Nel corso della cerimonia di premiazione, svoltasi a Palazzo della Borsa in Milano il 28 novembre 2007, ha ritirato il riconoscimento il Presidente della banca Capogruppo Giovanni De Censi.

La motivazione dell'assegnazione del Premio alla banca è risultata la seguente:

**"In ogni aspetto del bilancio traspare l'attenzione che il Gruppo Bancario vuole rivolgere al suo territorio di riferimento partendo dai propri valori solidaristici. Le performance aziendali sono facilmente individuate grazie all'utilizzo di indicatori sintetici. Risultano complete tanto l'informativa economica quanto quella sociale."**

## Portale Internet



In uno sforzo di continuo miglioramento del contenuto e della fruibilità del sito del Gruppo ([www.creval.it](http://www.creval.it)), nel corso dell'anno ne è stata studiata e realizzata una nuova veste grafica e sono stati riorganizzati gli spazi con lo scopo principale di agevolare l'utente nella navigazione e nella ricerca delle informazioni; sono state contestualmente maggiormente evidenziate le varie aree informative.

Le modifiche principali concernono quattro aspetti:

**1** nuove pagine di accesso al servizio banc@perta:

l'utente decide direttamente sulla nuova Home Page in quale delle banche operare trovandosi così di fronte ad una nuova pagina sicura, garantita e personalizzata nei servizi e nei contenuti;

**2** andamento in tempo reale dei titoli azionari delle banche quotate (Credito Valtellinese e Credito Artigiano);

**3** riorganizzazione della gamma dei prodotti offerti;

**4** spazio maggiore dedicato alle news e all'attività sociale del Gruppo.

Il sito è stato testato sui principali browser e sistemi operativi; l'homepage è resa accessibile grazie ad un insieme di tecniche e attenzioni progettuali volte a rendere i contenuti informativi raggiungibili e fruibili da chiunque. Sono stati eliminati gli ostacoli sia di tipo tecnologico sia relativi alle eventuali disabilità (computer non aggiornati, browser e risoluzioni video differenti, difficoltà visive, motorie e percettive); nella realizzazione sono state rispettate le ventidue linee-guida proposte dalla legge Stanca in merito all'accessibilità delle pagine web, intesa come rimozione delle barriere informatiche di accesso all'informazione. La strutturazione della presenza in rete è articolata oggi nel modo seguente:

- informazioni relative al Gruppo, alle banche ed alle società ad esso appartenenti;
  - Investor Relations;
  - Sala Stampa;
  - rivista Pleiadi;
  - Bilancio Sociale;
  - i servizi: in questa sezione sono comprese tutte le informazioni sulle attività che il Gruppo intraprende sul territorio e vari servizi di pubblica utilità;
  - “entra nella tua banca”: per raggiungere le pagine di accesso al servizio di Internet banking per ciascuna banca del Gruppo - Credito Valtellinese, Credito Artigiano, Credito Piemontese, Credito Siciliano, Banca dell'Artigianato e dell'Industria e Bancaperta;
  - demo banc@perta: presentazione e dimostrazione interattiva del servizio banc@perta;
  - CrevalCBI: per raggiungere la pagina di accesso al servizio di Internet Banking multibanca e multiazien- da del Gruppo, aderente al circuito di sistema C.B.I. (Corporate Banking Interbancario);
  - le novità: i nuovi prodotti/servizi;
  - i prodotti: illustra l'offerta del Gruppo. Un menu consente di navigare tra le proposte raggruppate in categorie omogenee e suddivise in sezioni riservate a privati e famiglia, imprese e Soci e no profit;
  - news;
  - quotazioni delle azioni del Credito Valtellinese e del Credito Artigiano;
  - @pertacity: link al sito di commercio elettronico del Gruppo;
  - certificazioni e sicurezza: sono riportati gli estremi delle conformità ottenute in tema di qualità e sicurezza; inoltre è possibile accedere alla sezione “Sicurezzaonline”;
  - attività sociali del Gruppo ed eventi ed iniziative;
  - numeri telefonici: numero verde per l'Italia e numero dall'estero;
  - link alle pagine dedicate a: accessibilità, videata, contatti e inserisci il Curriculum Vitae;
  - PattiChiari: sezione relativa all'adesione del Gruppo all'iniziativa;
  - Financial Institutions: per la consultazione di alcuni documenti relativi alle banche del Gruppo;
  - blocco carte: evidenza delle modalità da attivare al riguardo per le carte di credito/debito/prepagate.
- Molto significativo è il dato delle visite ai portali del Gruppo con una media mensile di oltre 224.000 visitatori unici (+22%) e un totale che supera i 130 milioni di pagine annue visualizzate.

## Contatti



### Contatti mail

Credito Valtellinese	creval@creval.it
Credito Artigiano	creart@creval.it
Credito Piemontese	creditiopiemontese@creval.it
Credito Siciliano	creditosiciliano@creval.it
Banca dell'Artigianato e dell'Industria	bai@creval.it
Bancaperta	bancaperta@creval.it
Mediocreval	mediocreval@creval.it
Creset	creset@creval.it
Aperta Fiduciaria	aperta.fiduciaria@creval.it
Aperta Sgr	apertasgr@creval.it
Deltas	deltas@creval.it
Bankadati	bkdati@creval.it
Stelline	stelline@creval.it
Fondazione Gruppo Credito Valtellinese	fondazione@creval.it
Gallerie d'arte	galleriearte@creval.it
@pertacity	apertacity@creval.it

77

### Informazioni call center

Numero Verde: **800-544242** lunedì-venerdì: dalle **8** alle **22**  
 Dall'Estero: **0039-0342-522899** sabato: dalle **8** alle **13**

## Campagne commerciali

Le campagne commerciali incentivate per i collaboratori della rete di vendita diversi dai responsabili di filiale hanno confermato la propria importanza in termini di raggiungimento dei principali obiettivi di budget: l'attenzione mirata agli obiettivi delle singole campagne, gli strumenti di marketing predisposti a supporto e un attento e costante monitoraggio nel tempo delle stesse hanno consentito di raggiungere risultati soddisfacenti con riguardo ai principali obiettivi del piano commerciale. Le campagne che hanno coinvolto la rete degli sportelli nel corso dell'anno sono risultate tre, dedicate a:

- 1 acquisizione di nuova clientela;
- 2 gestioni patrimoniali;
- 3 comparto assicurativo.

Sono state inoltre prodotte iniziative commerciali non incentivate finalizzate a focalizzare l'attenzione della rete nei confronti di determinati servizi - quali ad esempio la modalità di rimborso "revolving" per le carte di credito.

**9,90% tasso fisso**

**11%**

**13,40%**

**Revolving. Per pagare a rate con il tasso più leggero.**

Regolare a rate gli acquisti fatti con carta di credito Key Client con il tuo saldo così facile e conveniente. Recati presso la tua filiale o presso la Funzionalità Revolving. In alternativa di comodità lo puoi fare con la tua carta di credito in qualsiasi sede bancaria. Scegliendo a modalità di pagamento Revolving entro il 31.12.2007 potrai beneficiare del tasso più conveniente dell'importo pari al 9,90% fino a fine 2007.

**KEYCLIENT Revolving**

GRUPPO BANCARIO  
**Credito Valtellinese**

VALORI IN CORSO

CREDITO VALTELLINESE, CREDITO ARTIGIANO, CREDITO SICILIANO, BANCA DELL'ARTIGIANATO E DELL'INDUSTRIA, BANCAPERTA. [www.creval.it](http://www.creval.it)

## Prodotti

### Un'offerta dinamica e innovativa

In termini di gamma dell'offerta la Direzione Mercato di Deltas è chiamata a ideare, progettare, realizzare e lanciare i prodotti per il Gruppo, a valere su tutti i canali di vendita.

Allo stesso modo, presidia la gestione della tariffazione.

Nel 2007 è stata proposta alla clientela attuale e potenziale una serie di nuove opportunità, in particolare nell'ambito dei finanziamenti - molto dinamico anche alla luce delle innovazioni normative e dell'accentuata competizione tra intermediari finanziari che ne è seguita (si pensi, a titolo esemplificativo, alle misure introdotte dal legislatore in materia di estinzione anticipata e di portabilità dei mutui). Il Gruppo è orientato alla realizzazione di prodotti che rispondano ai mutati bisogni della clientela e dei portatori di interesse in generale, anche con riferimento al raggiungimento di nuove fasce di

consumatori di prodotti/servizi bancari. Particolare attenzione è stata rivolta all'avvio della costruzione di una gamma di prodotti etici-ambientali che ha visto una prima realizzazione nel 2006 con ContoNoProfit e nel 2007 con Creval Energia Pulita.

Nuove iniziative sono state assunte a favore dei clienti-Soci, cui è stata proposta la nuova convenzione "Special-Socio". Una linea prodotto è stata realizzata per i ragazzi - "Creval per i Giovani".

Con l'obiettivo di fornire strumenti sempre più validi ed efficaci per la consulenza alla clientela privata è stato realizzato un catalogo dedicato ai prodotti offerti dal Gruppo per questo specifico segmento - suddiviso per linee di offerta; vi è indicato il materiale informativo specifico a disposizione presso tutte le filiali in caso di approfondimenti e chiarimenti di dettaglio. Internet ha acquisito un

ruolo sempre maggiore in termini di modalità di comunicazione dell'offerta. Nella sezione del sito dedicata ai prodotti rivolti a privati e famiglia (<http://prodotti.creval.it/gcv/categoria.jsp?id=128915>) sono visibili brevi filmati illustranti le principali caratteristiche delle Linee di prodotto:

- Conto Armonia;
- Cart@perta;
- Linea Mutui.

La realizzazione dei filmati ha l'obiettivo di:

- informare la clientela in modo semplice, dinamico ed intuitivo delle caratteristiche della linea di prodotto;
- differenziare l'offerta rispetto a quella della concorrenza;
- favorire la diffusione dell'immagine del Gruppo e la sua capacità di soddisfare le esigenze dei clienti attuali e potenziali alla ricerca di informazioni.



The image shows a promotional graphic for a product catalog. It features a large white outline of a house on a blue background. Inside the house outline, there is a grid of small square images depicting various family scenes and products. Below the house graphic, the text reads "Il Catalogo Prodotti per le famiglie." followed by the logo for "GRUPPO BANCARIO Credito Valtellinese" and the slogan "VALORI IN CORSO".

## L'ideazione di nuovi prodotti



**Guarda ora al tuo futuro.**

Previdenza Integrativa è la linea di prodotti previdenziali di terzi settori permettono di integrare la tua pensione\*. Dama tranquilli al tuo futuro! Vie per avere informazioni più precise, consultare le note informative, i regol

**Previdenza Integrativa**  
In tua vita viene

CREDITO VALTELLINESE, CREDITO ARTIGIANO, CREDITO  
BANCA DELL'ARTIGIANATO E DELL'INDUSTRIA, BANCA



**Linea Rendita Futura. Per costruire oggi**

Linea Rendita Futura è la soluzione offerta dal Gruppo Credito Vti tuo domani, garantendo alla tua famiglia la tranquillità economica futuri. Scegli tra i diversi prodotti d'investimento assicurativo la sol

**Linea Rendita Futura**  
Pensa oggi al tuo domani.

CREDITO VALTELLINESE, CREDITO ARTIGIANO, CREDITO  
BANCA DELL'ARTIGIANATO E DELL'INDUSTRIA, BANCA



**I tuoi risparmi prendono fo**

Realizzare i progetti futuri con i propri risparmi da oggi è più fa 75 euro al mese per personalizzare e finalizzare al meglio i pro. Scegli con il tuo consulente le modalità di versamento che più. Progetto Risparmio è una polizza vita de La Venezia Assicurazi

**Progetto Risparmio**

CREDITO VALTELLINESE, CREDITO ARTIGIANO, CREDITO  
BANCA DELL'ARTIGIANATO E DELL'INDUSTRIA, BANCA

Il Gruppo dispone dal 2002 di un manuale ad uso interno relativo alla ideazione, progettazione, realizzazione, lancio e monitoraggio di nuovi prodotti e servizi, ove sono descritte le fasi fondamentali dell'attività e specificati i ruoli in capo a Direzioni, Divisioni e Servizi.

Nel corso del 2007 il documento è stato aggiornato e ampliato a comprendere l'iter di rilascio di una gamma di offerta sensibilmente più ampia che cinque anni prima. Sulla base dell'attuale posizionamento, dell'individuazione dei bisogni della clientela e dell'offerta della concorrenza, la Divisione Programmazione Commerciale e Analisi di Mercato di Deltas determina le linee-guida di sviluppo del prodotto specifico sulla base di:

- individuazione delle caratteristiche peculiari;
- grado di valenza commerciale;
- priorità di realizzazione;
- obiettivi perseguiti.

La stima del riscontro commerciale acquisibile sul mercato conduce alla fase di progettazione vera e propria e allo sviluppo delle caratteristiche del prodotto stesso - di

pertinenza della Divisione Prodotti, l'attività è svolta in collaborazione con i responsabili dei Servizi competenti per materia e mira anche a determinare i costi di realizzazione e un vero e proprio conto economico di prodotto. La proposta viene rappresentata in sede di Comitato Commerciale di Gruppo per un'ulteriore valutazione e validazione.

Nella successiva fase di progettazione e sviluppo trova concretizzazione il prodotto, unitamente in particolare all'implementazione delle procedure e alla realizzazione dei nuovi contratti; sono definiti gli obiettivi di vendita concordando le articolazioni in termini di volumi e di arco temporale con le Direzioni commerciali delle banche territoriali, viene attivato un sistema di monitoraggio della quantità e qualità delle vendite e definito il piano pubblicitario a supporto delle vendite e il materiale pubblicitario da esporre e distribuire presso la rete di vendita. L'avvio della campagna commerciale e, per il rilascio dei prodotti più significativi, di appositi comunicati stampa è propedeutico al lancio sul mercato dei nuovi prodotti.

## Prodotti di finanziamento



Con riferimento all'ideazione e alla presentazione sul mercato di nuovi prodotti di finanziamento, l'offerta rivolta al settore imprese ha costituito elemento di priorità - in particolare, tutte le banche del Gruppo propongono nuovi mutui ipotecari caratterizzati dalla possibilità di richiedere l'erogazione del capitale in più soluzioni; tra questi, Mutuo Lavori in Corso è destinato alle imprese che intendono finanziare progetti quali la costruzione, l'ampliamento o la ristrutturazione di immobili industriali tramite erogazioni progressive di capitale correlate allo stato di avanzamento dei lavori.

Progetto Casa costituisce una variante specificatamente rivolta alle aziende edili ed alle società immobiliari per la costruzione di complessi ad uso abitativo; si caratterizza nello specifico per la facoltà concessa all'impresa, al termine del periodo previsto per le erogazioni progressive di capitale, di richiedere il frazionamento del mutuo in quote da intestare agli acquirenti degli immobili edificati - consentendo così al proprietario finale dell'abitazione di potere beneficiare, in caso di acquisto tramite mutuo, di importanti agevolazioni tra cui la possibilità di non

dover ricorrere ad una nuova iscrizione ipotecaria. Sempre nel comparto dei finanziamenti rivolti alle imprese, Mutuo Formula 3 offre un'ampia flessibilità di rimborso: nei tre anni di durata, infatti, il cliente corrisponde rate di soli interessi mentre la restituzione del capitale avviene alla scadenza o eventualmente nel corso del triennio con versamenti di libero importo.

I finanziamenti ipotecari e chirografari sono stati arricchiti con le versioni a tasso fisso dei mutui della Linea Euroazienda e sono state incrementate le tipologie di intervento con riferimento ai fondi messi a disposizione dalla Banca Europea degli Investimenti.

In accordo con la vocazione al miglioramento delle condizioni ambientali dei territori di riferimento, è stato lanciato Creval Energia Pulita di cui è dato conto nel primo capitolo con riguardo alle iniziative di responsabilità sociale. Nell'ambito dei finanziamenti finalizzati, Mutuo TFR permette alle imprese di far fronte alle maggiori esigenze di liquidità correlate all'introduzione della nuova normativa in materia di previdenza complementare ed al conseguente venir meno del Trattamento di Fine Rapporto, tradizionalmente importante fonte di autofinanziamento per le aziende. Il sostegno alle piccole e medie imprese, da sempre obiettivo primario dell'operare del Gruppo in linea con la propria vocazione originaria di "agente dello sviluppo territoriale", ha trovato particolare espressione negli accordi stipulati a valere sulle principali Leggi Regionali agevolative, tra cui il rinnovamento della gamma di prodotti "Finlombarda", oltre che nella prosecuzione delle intese con Associazioni di categoria e Consorzi di garanzia fidi.

### PREMIO AIFIN - BANCA E TERRITORIO

Il Credito Valtellinese ha vinto il primo premio del concorso "Banca e Territorio" organizzato da AIFIN (Associazione Italiana Financial Innovation) nella categoria "Iniziativa a sostegno dell'imprenditorialità locale" grazie al Progetto Challenge; l'attestato offre notorietà alle iniziative attivate dalle banche locali e territoriali in ambito sociale, economico e culturale finalizzate a valorizzare "l'identità" del territorio e a sostenerne lo sviluppo. Il Progetto Challenge, realizzato in collaborazione con i Giovani Imprenditori di Confindustria della Lombardia, mira a favorire la nascita di nuove attività imprenditoriali e al sostegno di aziende interessate a sviluppare nuovi rami di attività e a crescere in nuovi mercati prevedendo l'erogazione di finanziamenti a tassi agevolati per la

realizzazione di progetti innovativi sprovvisi di garanzia (sulla base di un business plan a contenuto fortemente innovativo) e sostenendo attivamente progetti caratterizzati da miglioramento tecnologico di prodotto e di processo; la concessione del finanziamento, riservata ad iscritti ad una delle associazioni territoriali dei Giovani Imprenditori della Lombardia, è deliberata da una commissione paritetica composta da membri dell'Associazione e delle Banche. La realizzazione degli investimenti deve completarsi entro dodici mesi dalla data di approvazione del progetto; il rimborso segue un piano di ammortamento che prende il via dopo un anno e mezzo dall'erogazione del finanziamento. Le spese ammesse alla concessione del

credito sono le seguenti:

- costi del personale interno addetto alla ricerca e sviluppo;
  - servizi consulenziali finalizzati al progetto;
  - acquisto di strumentazioni, attrezzature, macchinari hardware e software (proporzionalmente al solo uso effettivo destinato al progetto);
  - acquisto di brevetti, licenze, realizzazioni di prototipi ed impianti pilota (i prototipi e gli impianti pilota non devono essere commercializzati);
  - spese per l'ottenimento di brevetti e/o tutela dei marchi;
  - analisi per lo sviluppo pre-competitivo.
- Il Gruppo ha messo a disposizione dell'iniziativa un plafond di 30 milioni di euro sotto forma di Fondi Rotativi.

## Prodotti di investimento

Nell'ambito dell'area del risparmio gestito rileva l'importante accordo stipulato con Duemme Hedge, società appartenente al Gruppo Banca Esperia - Mediobanca, grazie al quale è stato lanciato "CrevalHedge", fondo di fondi hedge a bassa volatilità che completa l'offerta di strumenti di investimento per la clientela "private".

A seguito delle nuove normative sulla previdenza complementare, tramite la collegata Global Assicurazioni è stato siglato un importante accordo di partnership con il Gruppo Generali per il collocamento dei fondi pensione aperti "Previgen Global" e "Previgen Valore", incremen-

tando e valorizzando ulteriormente l'offerta di bancassicurazione.

Per il bisogno di costruzione di capitale nel tempo il Gruppo ha lanciato Progetto Risparmio, polizza vita a premio ricorrente che consente di personalizzare e finalizzare i propri accantonamenti per future necessità. Nel corso dell'anno sono state offerte nuove soluzioni di investimento correlate a particolari parametri (*index linked*) che accanto alla garanzia del rimborso del capitale versato collegano la performance a scadenza ad un paniere di primari indici azionari mondiali.

## Prodotti di trasferimento



A conferma della tradizionale attenzione del Gruppo al cliente-Socio è stato realizzato il nuovo pacchetto "SpecialSocio" che, accanto alle agevolazioni già previste sui conti correnti Armonia, riserva ai detentori del capitale accreditati per l'esercizio dei diritti patrimoniali ed amministrativi un ventaglio di condizioni e soluzioni particolarmente vantaggiose. Nell'ottica del progressivo sviluppo degli strumenti di pagamento offerti alla clientela e in previsione delle innovazioni collegate all'Area Unica dei Pagamenti in Euro in essere dal 28 gennaio, le banche del Gruppo hanno proceduto alla graduale sostituzione delle

tessere bancomat nazionali ed internazionali in possesso della clientela distribuendo carte bancomat internazionali a chip, in grado di assicurare un elevato grado di sicurezza riducendo il rischio di clonazione.

Le carte prepagate hanno confermato l'apprezzamento del pubblico - bassi costi di gestione e varie funzionalità concorrono al successo di uno strumento di pagamento a disposizione di 187.903 clienti.

La particolare attenzione riservata alle famiglie nell'educazione dei propri figli alla gestione delle prime disponibilità finanziarie e alla progressiva conoscenza degli

strumenti di pagamento ha condotto alla realizzazione di una nuova linea denominata “Creval per i Giovani”.

Creval per i Giovani, in grado di rispondere in maniera semplice ed efficace alle esigenze di tale importante target di clientela, è composta di tre nuovi prodotti:

- 1** deposito a risparmio nominativo “Risparmio Junior”, pensato per i giovani con meno di 11 anni di età che consente, grazie ad un’elevata remunerazione e assenza di qualsiasi spesa di gestione, di valorizzare in modo semplice, sicuro e conveniente i primi risparmi;
- 2** deposito a risparmio nominativo “Risparmio Teen”, riservato a minori di età compresa tra 12 e 17 anni,

che permette di gestire e valorizzare autonomamente i depositi grazie a condizioni vantaggiose e senza alcuna spesa di gestione; Risparmio Teen comprende inoltre gratuitamente Cart@perta Teen, l’innovativa carta prepagata ricaricabile;

- 3** conto corrente “Armonia Young” (gratis per i Soci del Gruppo), riservato ai giovani di età compresa tra 18 e 27 anni - primo conto veramente completo, a condizioni particolarmente vantaggiose, trasparenti e convenienti, gestibile anche via Internet tramite il servizio banc@perta.



## Cross-selling e retention rate

82

Il numero medio di prodotti detenuti da ciascun cliente del Gruppo (indice di *cross-selling*) è risultato pari a 3,21 a fine 2007, a testimonianza della capacità delle reti bancarie di proporre alla clientela un’offerta sempre più ampia e in linea con le esigenze del mercato servito.

La *retention rate* (tasso annuale di permanenza della clientela nel Gruppo) evidenzia un valore particolarmente elevato, essendo pari al 94,4% a conferma dell’elevata capacità di fidelizzazione esercitata dalle reti di Credito Valtellinese, Credito Artigiano, Credito Siciliano, Banca dell’Artigianato e dell’Industria.

## Programmazione commerciale

Nel 2007 è proseguito il processo di aggiornamento dei meccanismi di pianificazione dei ricavi di Gruppo che ha portato alla definizione di un budget prodotto recependo le proposte rivenienti dai processi di pianificazione delle singole banche.

Il Comitato Commerciale e Pianificazione di Gruppo, attraverso riunioni mensili, ha svolto un’importante attività di programmazione e coordinamento al fine di definire e verificare le politiche del settore, di sviluppo di nuovi prodotti e di presidio del livello effettivo di servizio offerto ai diversi segmenti di clientela.

## Strumenti a supporto dell'attività di vendita

### Tecniche di vendita

Al fine di fornire alla rete di vendita strumenti consulenziali sempre più efficaci e funzionali è stata realizzata una scheda informativa sintetica ad uso interno che riassume i passaggi-chiave che caratterizzano le fasi principali del colloquio col cliente.

L'indicazione analitica delle tecniche di vendita, frutto anche delle risultanze degli eventi formativi svoltisi nel corso dell'anno, mira ad agevolare l'attività operativa ordinaria degli operatori di filiale e ad apportare ulteriore valore aggiunto in termini di servizio alla clientela.

### Web marketing

Il mondo dei motori di ricerca su Internet rappresenta uno strumento sempre più utilizzato dalla clientela bancaria per reperire informazioni sulle caratteristiche e sulle condizioni dei prodotti bancari; in quest'ottica il Gruppo ha stipulato un accordo con una società di primaria rilevanza operante nel settore del Web marketing al fine di migliorare il posizionamento dei prodotti nei principali motori di ricerca italiani, con riguardo alla nuova gamma di offerta dei mutui (particolarmente innovativa e flessibile). A tutti gli utenti Internet che ricercano informazioni sui principali motori di ricerca relativamente a "parole-chiave" aventi attinenza con tematiche legate ai finanziamenti e ai mutui, effettuando un collegamento dalle province di insediamento delle banche del Gruppo viene proposto con visibilità accresciuta il collegamento alle pagine Internet del sito [www.creval.it](http://www.creval.it); gli utenti che attivano tale link dal motore di ricerca accedono ad una pagina appositamente creata che presenta:

- la gamma dei prodotti offerti;
- l'home-page del Gruppo;
- esempi dei piani di ammortamento dei prodotti Mutuo Libero e Mutuo Flessibile;
- la possibilità di richiedere informazioni tramite una mail dedicata.



## Privacy

La tutela dei dati e delle informazioni personali costituisce il principio operativo essenziale osservato da tutti i dipendenti: il Gruppo informa direttamente i clienti sui diritti alla privacy e sulle modalità con cui vengono trattate le loro informazioni personali. Particolare riguardo nel corso del 2007 è stato riservato alle tematiche inerenti, sia in applicazione della normativa definita nel D.Lgs. n.196/2003 - Codice in materia di trattamento dei dati personali - sia in conformità a quanto emanato

dal Garante attraverso la pubblicazione di due provvedimenti ad hoc: l'adozione del primo - "Linee guida in materia di trattamento di dati personali di lavoratori per finalità di gestione del rapporto di lavoro alle dipendenze di datori di lavoro privati" - ha messo a disposizione del datore di lavoro un quadro di misure ed accorgimenti conformi al Codice cui attenersi nelle varie fasi di trattamento dei dati anche sensibili appartenenti ai dipendenti, nel pieno rispetto del diritto alla riservatezza

e sicurezza; volta ad una maggior centralità del cliente - sulla base dei principi di onestà, lealtà e riservatezza - è stata invece la concretizzazione del secondo provvedimento ("Linee guida sul trattamento dei dati personali della clientela in ambito bancario") che fissa le garanzie per il corretto uso dei dati personali dei clienti da parte degli istituti bancari. L'adozione di entrambe le linee-guida da parte del Gruppo assicura che il trattamento dei dati avvenga secondo i principi di correttezza, liceità e proporzionalità nell'uso dei dati personali. La revisione annuale del Documento Programmatico della Sicurezza garantisce altresì che, all'interno dell'organizzazione aziendale, siano adottate importanti misure di sicurezza definendo un programma per garantire la sicurezza e la corretta gestione dei rischi attraverso l'adozione delle precauzioni e degli strumenti di prevenzione più adeguati.



## Reclami

Nel corso dell'anno le banche del Gruppo hanno ricevuto 323 reclami (-31%) di cui 112, pari al 35% del totale, relativi all'area finanza (all'interno del comparto, 77 hanno riguardato i titoli in default Argentina, Cirio e Parmalat). Rispetto allo scorso anno il numero totale è notevolmente calato (100 in meno), ma la percentuale delle segnalazioni afferenti l'area finanza è rimasta invariata.

Il rapporto reclami/numero sportelli è pari a 0,83 - nel 2006 1,15. Gli esposti nei confronti dell'operato della rete di vendita sono frutto di monitoraggio ed analisi interpretativa in un'ottica di:

- ricerca delle cause che li hanno determinati;
- risoluzione consensuale della controversia;
- indicazioni di possibile miglioramento dei processi produttivi tesi a impedire la ripetizione delle medesime casistiche.

84

	Area Banca	Area Finanza	Bond in Default*	Totale
Credito Valtellinese	37	19	13	56
Credito Artigiano	70	76	54	146
Credito Siciliano	96	15	10	111
Banca dell'Artigianato e dell'Industria	8	-	-	8
Bancaperta	-	2	-	2
<b>Totale</b>	<b>211</b>	<b>112</b>	77	<b>323</b>

\*SUL TOTALE DEI RECLAMI FINANZA

## Idea

L'applicazione IDEA, che ad inizio 2008 ha sostituito l'applicativo Radar (Rilevazione automatica delle anomalie ricorrenti) attivo dal 1994, raccoglie sistematicamente le segnalazioni dei dipendenti e della clientela finalizzate al miglioramento di processi, prodotti e servizi. Nell'anno 2007 sono pervenute 553 segnalazioni (+4,9%) che hanno riguardato:

- personale (risorse assegnate, formazione, ferie, lavoro straordinario): 6;
- normativa (fiscale, circolari, ordini di servizio, regolamenti, nuove procedure): 40;
- strumenti (hardware, software, procedure, reti telematiche): 493;
- ambiente (immobili, impianti, arredi, manutenzioni, sicurezza, trasporto dei valori, servizio posta): 14;

Le segnalazioni ed i suggerimenti pervenuti hanno consentito la risoluzione di numerosi inconvenienti ed il

miglioramento degli assetti procedurali.

A dodici collaboratori è stato assegnato un particolare riconoscimento per il contributo apportato al Gruppo con le proprie indicazioni.

85



## Il portale @pertacity

@pertacity è il portale di commercio elettronico del Gruppo raggiungibile:

- direttamente all'indirizzo <http://www.apertacity.com>;
- dal sito del Gruppo, tramite apposito link situato nella pagina di accesso <http://www.creval.it>;
- all'interno di ogni homepage delle singole banche nella sezione di accesso al servizio di Internet banking.

Il portale consente ad aziende, Enti ed associazioni che desiderano essere presenti in rete di disporre di una valida vetrina per i propri prodotti e della possibilità di promuoverli e venderli tramite canale telematico.

@pertacity è una città virtuale in cui è possibile reperire informazioni istituzionali e commerciali sui numerosi siti presenti e trovare convenienti occasioni di acquisto opportunamente selezionate e segnalate mediante apposite vetrine promozionali.

Il portale è infatti composto da:

- quartieri (principali categorie di prodotti/servizi);
- vie (sottocategorie di prodotti/servizi);
- palazzo della banca (ambito dedicato ai prodotti e servizi offerti dal Gruppo);
- palazzo dello Shopping (accesso diretto ai siti che vendono on line o da cui è possibile effettuare donazioni a favore di associazioni e Onlus);
- prodotto della settimana.

Tutte le aziende presenti in @pertacity con proprie offerte commerciali, alcune delle quali annunciate periodicamente tramite newsletter a un campione di clienti interessati, sono selezionate secondo rigorosi parametri di serietà ed affidabilità per garantire un servizio di qualità. A fine 2007 @pertacity conta nel proprio catalogo di offerta 1.682 siti Internet (+11% su base annua) di aziende ed Enti clienti delle banche del Gruppo, 283 dei quali con processi operativi di vendita on-line (+12%). La sezione no-profit ospita 211 siti (+12%).



## L'attività di banca virtuale

Gli utenti dei servizi bancari on-line hanno continuato anche nel 2007 a offrire la preferenza a servizi semplici, veloci, chiari ed intuitivi nei contenuti: quasi 107.000 clienti delle banche del Gruppo Credito Valtellinese operano con assiduità attraverso il servizio banc@perta. Le transazioni effettuate sul canale elettronico nell'anno sono cresciute del 43% con un incremento di valore del 28%. L'operatività in titoli ha registrato un controvalore superiore a 1,2 miliardi di euro. Si segnala inoltre l'attività degli Enti pubblici - ne sono attivi in rete 136 (+ 6%) per 650.000 disposizioni (+ 6%) e un controvalore di 3 miliardi di euro. Molto significativo risulta il dato relativo ai pagamenti fiscali F24 (+277%), trainato anche dall'obbligo telematico introdotto nell'ultimo trimestre 2006.

La linea banc@perta si è rinnovata e arricchita di nuove funzionalità - visivamente rileva la nuova veste della sezione di accesso al servizio coordinata con la nuova home page di Gruppo; sono state implementate le funzioni di simulazione e dispositivi per l'operazione di aumento capitale del Credito Valtellinese ed è stata apportata una serie di adeguamenti per il recepimento della Direttiva MIFID; nella funzione versamento deleghe F24 è stata introdotta la quietanza elettronica, nell'area del portafoglio commerciale sono state implementate le disposizioni relative al bollettino bancario e nell'area credito quelle concernenti Mutuo Libero.

86

Dati principali	2007	var. 2006
Utenti operativi	<b>106.717</b>	+12%
Inquiry (mln)	<b>17,8</b>	+33%
Operazioni (mln)	<b>4,4</b>	+43%
Importi (mld €)	<b>11,5</b>	+28%
Bonifici (mld €)	<b>6,9</b>	+32%
Portafoglio (mld €)	<b>2,0</b>	+29%
Deleghe F24	<b>742.500</b>	+277%

## Il posizionamento (clientela privata)

Il tradizionale rapporto sull'e-retail Finance di KPMG Advisory, giunto alla quindicesima edizione, riferito al primo semestre 2007 e concernente 65 intermediari tra banche, Gruppi e SIM, ha evidenziato a livello di campione una crescita dell'indice di operatività di e-banking pari al 33% - in linea con i dati del primo semestre 2006. La quota di mercato del Gruppo in relazione alle disposizioni effettuate è risultata pari al 2,8% a livello nazionale (ottavo operatore del settore in Italia).

## Call center

Le banche del Gruppo hanno offerto ai propri clienti il servizio di assistenza alla clientela a supporto dell'operatività via Internet attraverso telefono (42.800 chiamate) e lettere telematiche (4.100 messaggi). L'attività di supporto alle reti di vendita si è concretizzata nell'assistenza quotidiana alle filiali nelle attività di pre e postvendita via telefono, posta elettronica e, quando opportuno, con visite dirette.



## Sicurezza strumentale

### Sicurezza a livello di sistemi

In qualità di gestore delle tecnologie informatiche per il Gruppo, Bankadati pone la massima attenzione alla gestione della sicurezza e dei dati adottando architetture e apparati specifici per la protezione della rete e dei sistemi sotto forma di:

- *firewall* - barriere a difesa della rete Intranet aziendale da attacchi provenienti da Internet;
- sistemi di rilevazione delle intrusioni;
- accesso controllato ai contenuti disponibili su Internet, verifica del *download* sicuro di pagine e della presenza di oggetti esenti da virus;
- infrastruttura centralizzata che gestisce il salvataggio automatizzato dei dati e dei documenti.

### Sicurezza del servizio banc@perta

Il Gruppo ha implementato una serie di misure procedurali e tecnologiche, continuamente monitorate e aggiornate, per garantire la sicurezza del servizio di Internet banking banc@perta. Con *avis@mi*, sistema di controllo ad uso del cliente attivabile tramite il servizio di banca on-line, ad ogni accesso al proprio conto è possibile ricevere gratuitamente e tempestivamente un SMS con l'indicazione di data e ora dell'utilizzo del servizio. Banc@perta suggerisce di aderire ad *avis@mi* per usufruire di questa utile funzione, attivandola all'interno del sito.

Il sistema di sicurezza di banc@perta utilizza certificati digitali riconosciuti a livello internazionale per cifrare i dati e per certificare l'identità dei server della Banca. Altre funzioni legate alla sicurezza in uso degli utenti del servizio sono così riassumibili:

- scelta della password sulla base di criteri che ne rendono difficile l'identificazione;
- cambio periodico obbligatorio della chiave di accesso;
- verifiche sulla password scelta - in ragione della natura di segretezza della stessa la procedura, in occasione della scelta di una nuova password, effettua una serie di verifiche per impedire che la stessa sia facilmente riconducibile ai dati personali del cliente;
- chiusura automatica del collegamento in caso di non operatività dell'utente per oltre 15 minuti consecutivi;
- disabilitazione dopo quattro tentativi falliti d'accesso;
- identificazione delle comunicazioni della banca - il servizio banc@perta non prevede l'invio di e-mail che invitino i propri clienti a comunicare codici di accesso di alcun tipo, come ad esempio la richiesta alla clientela di fornire le chiavi di accesso al proprio conto.

Sul sito Internet [www.creval.it](http://www.creval.it) è stata realizzata un'area informativa sulla sicurezza on-line con consigli, istruzioni e collegamenti a strumenti per la verifica della situazione del proprio computer.

#### LA TRUFFA ON-LINE NON HA CONFINI

Luciano Lottici, un missionario da anni in Togo originario di Ponte Lambro (Co), è rimasto vittima di una spiacevole disavventura conclusasi con un lieto fine, iniziata con l'arrivo di una lettera telematica apparentemente proveniente da una delle banche del Gruppo che lo informava del tentativo di accesso al suo conto on-line da parte di utenti non autorizzati; per verificare la sussistenza del rapporto e la sua validità si chiedeva di inserire nuovamente i dati personali di accesso - un classico caso di "phishing".

Lottici, in completa buona fede, ha risposto alla richiesta consentendo apparentemente l'apertura delle porte virtuali del proprio conto, fatti salvi i dispositivi di sicurezza in essere all'interno di tutte le banche del Gruppo, che hanno identificato il tentativo di accesso e permesso di scoprire e fermare il tentativo di truffa al nascere.

Con l'occasione la banca Capogruppo ha rilasciato la seguente affermazione al quotidiano che ha riportato la notizia:

«Il Gruppo Credito Valtellinese è stata una delle prime realtà nazionali a promuovere l'utilizzo di Internet per i suoi clienti.

Negli ultimi anni si sono verificati pochi casi di clienti interessati da fenomeni di frode on-line e con un impatto economico nullo.

Nell'ottica di erogare ai propri clienti un servizio di home-banking facile e sicuro, da tempo il Gruppo ha adottato con pieno successo una serie di misure tecnologiche, costantemente aggiornate e migliorate, e ha istituito un presidio operativo dedicato al contrasto di questi fenomeni».



## Le Risorse Umane

Alla Direzione Risorse Umane di Gruppo è affidata la responsabilità di determinare le condizioni più idonee alla realizzazione professionale di tutti i dipendenti tramite la sollecitazione e la valorizzazione delle potenzialità dei singoli attraverso processi gestionali equi e trasparenti, finalizzati a favorire, riconoscere e premiare il possesso, lo sviluppo e la condivisione delle competenze.

Un'equilibrata gestione, a tutti i livelli, del "capitale umano" costituisce la variabile fondamentale che consente di perseguire l'eccellenza - criterio-guida sia per mantenere un elevato standard di qualità nell'azione quotidiana che per garantire un patrimonio di competenze distintive adeguate ad affrontare con successo le sfide del futuro.

La distribuzione delle competenze - decisionali, specialistiche e metodologiche - si conferma nel tempo come un fattore evolutivo decisivo nella sfida alla ricerca dell'eccellenza; nel contempo, con la consapevolezza che solo una squadra affiatata e coesa fornisce risultati eccellenti a partire dai pur rilevanti contributi individuali, tramite le iniziative della Direzione Risorse Umane il Gruppo persegue un clima che favorisce lo sviluppo della collaborazione, della crescita armonica, dello scambio e della condivisione di conoscenze. Competenze, conoscenze e talenti fanno la differenza; la capacità di attrarre, selezionare e trattenere questi ultimi - unitamente a un clima positivo che stimoli la motivazione di tutti i collaboratori - costituisce un presupposto fondamentale per un processo di crescita per le persone e per l'organizzazione nel suo complesso. In questo quadro ai collaboratori è richiesto di esercitare consapevolezza etica, scrupolo professionale e logica della condivisione; di contribuire a sviluppare e condividere la cultura d'impresa del Gruppo; di creare le premesse per la determinazione di un clima collaborativo all'interno dei singoli Servizi e nei rapporti tra questi.

La gestione delle Risorse è affidata alle singole banche e società - in un'ottica di decentramento amministrativo e professionale, sussidiarietà e ancoramento al territorio - all'interno delle Direzioni Siop (Servizi Informativi Organizzativi e Personale) presenti nelle società del Gruppo. Le scelte gestionali dispongono di una logica comune, proposta centralmente e concordata all'interno dell'apposito Comitato Risorse Umane.

A fine 2007 i dipendenti del Gruppo sono 3.492 (+4,4% rispetto al 2006).

	2005	2006	2007
Organico	3.307	3.344	3.492



## Assunzioni

Nel corso dell'anno i Servizi delle singole banche e società e il sito Internet hanno ricevuto complessivamente 15.385 candidature per l'assunzione (+24,4%) - oltre il 10% di queste ha dato luogo a specifiche procedure di selezione che hanno determinato il 16,6% di assunzioni rispetto al campione "esaminato".

La pre-selezione che ha scremato la popolazione di richiedenti si è basata su una serie di criteri (riferibili alle selezioni per il 1° impiego) oggettivi e trasparenti:

- età inferiore a 30 anni;
- diploma di maturità di tipo "specialistico" con votazione di riguardo (pari ad almeno 80/100);
- laurea in materie economiche, scienze politiche o giurisprudenza con voto non inferiore a 95/110.

	2005	2006	2007
Numero curricula	11.500	12.369	<b>15.385</b>
Numero colloqui	1.329	1.300	<b>1.850</b>
Numero assunzioni	250	237	<b>308</b>

## Flussi in entrata e in uscita

Il saldo tra assunzioni (308) e cessazioni (160) determina un organico in progressiva, sostenuta crescita. Dei nuovi ingressi, il 62,7% ha riguardato collaboratori al primo impiego e il restante 37,3% dipendenti ad alta professionalità provenienti da altre realtà. In particolare:

- sono entrate a fare parte del Gruppo 123 donne e 185 uomini (39,9% e 60,1% del totale rispettivamente) - la percentuale di collaboratrici neo-assunta è in crescita di oltre tre punti rispetto al dato del 2006;
- 259 Risorse - 84,1% del totale - sono impiegate nella rete di vendita e 59 nelle funzioni di sede centrale delle banche e società. La percentuale di dipendenti a diretto contatto con il mercato è in netta ascesa (+7,3%).
- delle 160 cessazioni registrate nel 2007, la maggior parte si riferisce a dimissioni (116) e pensionamenti (25) - il 38% del primo aggregato è determinato dall'applicazione di accordi di quiescenza anticipata, volti a favorire un ricambio generazionale negli organici, in particolare nel Credito Siciliano.

Flussi in entrata e uscita	2005	2006	2007
Organico inizio anno	3.121	3.307	<b>3.344</b>
Assunzioni	250+37*	237	<b>308</b>
Cessazioni	101	112+88*	<b>160</b>
Organico fine anno	3.307	3.344	<b>3.492</b>
Incremento	+5,9%	+1,1%	<b>+4,4%</b>

\* I DATI SOMMATI SI RIFERISCONO, RISPETTIVAMENTE, AD ACQUISIZIONI E CESSIONI DI RAMO D'AZIENDA

## Tipologia contrattuale delle assunzioni

Dei 308 dipendenti assunti nel 2007, 115 sono stati inseriti con contratto a tempo indeterminato (+4,4% rispetto al 2006), 120 con contratto a tempo determinato (-21,8%) e 73 con un contratto di inserimento (+23,7%). È quindi confermata la tendenza alla crescita, già registrata a fine 2006, della quota di dipendenti con rapporto di lavoro non a scadenza, cui si accompagnano nell'anno:

- una riduzione sensibile dei collaboratori a tempo determinato;
- un parallelo aumento dei dipendenti con contratto di inserimento, formula finalizzata a garantire una graduale professionalizzazione dei giovani alla prima esperienza di lavoro.

	2005	2006	2007
Formaz. Lavoro-Inserimento	12%	6,3%	<b>23,7%</b>
Tempo Determinato	56,7%	60,8%	<b>39,0%</b>
Tempo Indeterminato	31,3%	32,9%	<b>37,3%</b>

## Composizione del personale

L'analisi dei dati relativi alla composizione del personale organizzati secondo i criteri di:

- genere,
- età media,
- anzianità media,
- titolo di studio,

sia su base annuale che nel confronto dell'andamento triennale, può dare utili indicazioni sull'evoluzione delle politiche gestionali nei confronti delle Risorse Umane del Gruppo.

### COMPOSIZIONE PER GENERE

Il numero di collaboratrici cresce nell'anno dell'1,5%, avvicinandosi ai 3/10 dell'intera forza-lavoro del Gruppo. Da rilevare come, coerentemente con il perseguimento di una politica di pari opportunità, il trend degli ultimi tre anni con riferimento alla componente femminile risulti costantemente crescente.

	Donne	Uomini	Totale complessivo
Totale	1.041	2.451	<b>3.492</b>
	2005	2006	2007
Donne	27,4%	28,3%	<b>29,8%</b>
Uomini	72,6%	71,7%	<b>70,2%</b>

## ETÀ MEDIA

L'età media dei collaboratori, per il 2007 pari a 41 anni, risulta costante rispetto al 2006; resta sostanzialmente invariato anche il dato relativo alla suddivisione per genere e il personale femminile è il più giovane in tutte le classi di qualifica.

Qualifica	Donne	Uomini	Media
Dirigenti	50,6	52,8	52,7
Quadri Direttivi	43,6	48,0	47,3
Impiegati	36,4	38,5	37,7
Altre risorse	47,4	47,9	47,8
<b>Media</b>	<b>37,6</b>	<b>42,6</b>	<b>41,1</b>

## ANZIANITÀ MEDIA

L'anzianità di servizio media si mantiene, su base triennale, intorno ai 14 anni; da rilevare come l'anzianità media cresca di pari passo con la qualifica, a conferma di come i percorsi di valorizzazione delle persone e la loro carriera professionale costituiscano un significativo riscontro dell'esperienza maturata all'interno del Gruppo. La percentuale di collaboratori con anzianità inferiore a dieci anni è pari al 48,1%.

Qualifica	Donne	Uomini	Media
Dirigenti	17,3	20,3	20,3
Quadri Direttivi	13,4	18,0	17,3
Impiegati	10,8	12,0	11,5
Altre risorse	11,3	17,3	16,9
<b>Media</b>	<b>11,2</b>	<b>14,6</b>	<b>13,6</b>

## TITOLO DI STUDIO

Il 39% dei dipendenti è laureato (+2% rispetto al 2006), con quota-parte di donne superiore al dato maschile di 7 punti percentuali.

La distribuzione complessiva dei 3.492 dipendenti evidenzia una percentuale maggiore di laureati nei Servizi di sede centrale delle banche e società del Gruppo.

	Donne	Uomini	Media
Laurea	43,7%	37,1%	39,1%
Diploma Media Superiore	54,0%	57,6%	56,5%
Licenza Elementare e Media	2,3%	5,3%	4,4%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

	Filiali	Sedi centrali	Totale
Laurea	36,9%	43,8%	39,1%
Diploma Media Superiore	58,7%	51,7%	56,5%
Licenza Elementare e Media	4,4%	4,5%	4,4%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## EVOLUZIONE DEL TITOLO DI STUDIO NEL TRIENNIO

Nel confronto triennale si consolida la tendenza al progressivo graduale incremento della presenza di laureati nel Gruppo, con un dato significativamente superiore quello del Sistema Bancario (30% nel 2006).

	2005	2006	2007
Laurea	36,1%	38,0%	<b>39,1%</b>
Diploma Media Superiore	58,1%	57,1%	<b>56,5%</b>
Licenza Media	5,8%	4,9%	<b>4,4%</b>
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## FASCIA DI ANZIANITÀ

Per genere	Donne		Uomini		Totale	
	n°	%	n°	%	n°	%
Fino a 10 anni	592	56,9	1.088	44,4	1.680	48,1
Da 10 a 20 anni	228	21,9	549	22,4	777	22,3
Da 20 a 30 anni	196	18,8	562	22,9	758	21,7
Oltre i 30 anni	25	2,4	252	10,3	277	7,9
<b>Totale</b>	<b>1.041</b>	<b>100</b>	<b>2.451</b>	<b>100</b>	<b>3.492</b>	<b>100</b>

Confronto triennale	2005	2006	2007
Fino a 10 anni	43,1%	46,6%	<b>48,1%</b>
Da 10 a 20 anni	27,3%	24,2%	<b>22,3%</b>
Da 20 a 30 anni	23,8%	22,4%	<b>21,7%</b>
Oltre i 30 anni	5,8%	6,8%	<b>7,9%</b>



## Distribuzione per regione di residenza

La distribuzione del personale dipendente per luogo di residenza conferma lo stretto legame del Gruppo con il territorio; comprensibilmente, sono le zone di insediamento delle filiali a determinare in larga parte la ripartizione su base regionale, con un conseguente effetto di polarizzazione: il 64 % dei dipendenti vive in Lombardia e il 26 % in Sicilia; seguono il Lazio (5%) e il Veneto (2%).

La fotografia, in analogia con tutti gli altri dati forniti nel documento, rappresenta la situazione al 31 dicembre 2007 e quindi non prende in considerazione i dati relativi ai dipendenti del Credito Piemontese (166 persone al 25 febbraio 2008, data di nascita della nuova banca del Gruppo).



TOTALE 3.492

## Politica delle pari opportunità

Oltre al trend favorevole già rilevato nel paragrafo della composizione per genere si rileva come, nel 2007, quasi il 40% delle neo-assunzioni abbia riguardato personale femminile, con un incremento del 3,2% rispetto all'anno precedente. Dai dati si può evincere la maggiore scolarizzazione, in proporzione, del personale femminile neoassunto.

Titolo di studio dei neoassunti 2007	Donne		Uomini		Totale	
	n°	%	n°	%	n°	%
Dipl. Media Sup.	48	39	97	52	145	47
Laurea	75	61	88	48	163	53
<b>Totale</b>	<b>123</b>	<b>100</b>	<b>185</b>	<b>100</b>	<b>308</b>	<b>100</b>

## Assenze

Nel confronto con il 2006 la scomposizione fra le varie tipologie di assenza rimane sostanzialmente invariata.

Ore di assenza	2006	%	2007	%
Malattia, infortuni e visite mediche	171.121	44	<b>186.143</b>	44
Permessi per motivi vari	80.605	21	<b>84.580</b>	20
Gravidanza, allattamento e post parto	74.298	19	<b>79.769</b>	19
Permessi sindacali	17.322	4	<b>22.612</b>	5
Motivi familiari e personali	20.240	5	<b>19.543</b>	5
Altro	28.255	8	<b>27.571</b>	7
<b>Totale</b>	<b>391.841</b>	<b>100</b>	<b>420.218</b>	<b>100</b>

## Categorie Protette

	2005	2006	2007
Disabili	179	179	<b>190</b>
Vedove ed orfani	69	69	<b>69</b>
<b>Totale</b>	<b>248</b>	<b>248</b>	<b>259</b>



## Infortuni

Il basso livello di incidenza degli eventi di infortunio si mantiene costante negli anni, ed in particolare di quelli avvenuti all'interno delle strutture aziendali, a conferma della piena condivisione della cultura sulla sicurezza nei luoghi di lavoro nel Gruppo.

	2005	%	2006	%	2007	%
Interni alle strutture az.li	10	0,3	9	0,2	9	0,2
Esterni alle strutture az.li	28	0,9	39	1,2	31	0,9
<b>Totale</b>	<b>38</b>	<b>1,2</b>	<b>48</b>	<b>1,4</b>	<b>40</b>	<b>1,1</b>

## Inquadramento contrattuale, evoluzione delle carriere e remunerazione

### DISTRIBUZIONE PERCENTUALE PER AREE PROFESSIONALI

Le aree professionali dei Dirigenti e Quadri Direttivi comprendono 1.170 persone (rispettivamente 57 e 1.113), per una percentuale sul totale del 33,5%; gli Impiegati (2285) rappresentano i due terzi dei collaboratori del Gruppo. Nel confronto triennale si manifesta un calo in percentuale di questa categoria, compensato dall'aumento dei Quadri Direttivi.

Area professionale	2005	2006	2007
Dirigenti	1,5%	1,5%	1,6%
Quadri Direttivi	30,3%	31,3%	31,9%
Impiegati	66,8%	65,9%	65,4%
Altre risorse	1,4%	1,3%	1,1%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### PROMOZIONI

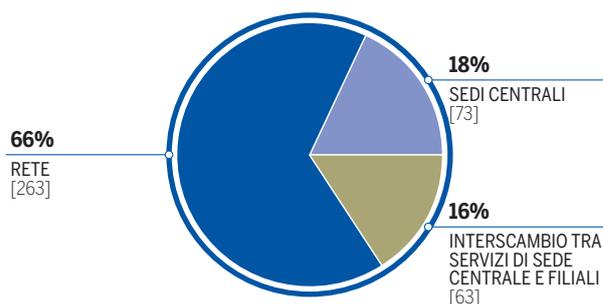
Esaminando il dato delle promozioni su base triennale, si può notare come le progressioni più significative siano avvenute proprio all'interno della categoria dei Quadri Direttivi (+19 % rispetto al 2006), a conferma del riconoscimento di una loro sostanziale funzione di serbatoio di elevata professionalità a servizio dei progetti di sviluppo del Gruppo. Le promozioni hanno interessato l'11,3% del personale (calcolato nella composizione di fine anno) - la stessa percentuale del 2006.

Tipo di Passaggio	2005	%	2006	%	2007	%
Da Quadri Direttivi a Dirigenti	8	2	5	1	8	2
All'interno di Quadri Direttivi	76	19	77	20	92	23
Da Personale non direttivo a Quadri Direttivi	41	11	54	14	56	14
All'interno di Personale non Direttivo	265	68	242	65	238	61
<b>Totale</b>	<b>390</b>	<b>100</b>	<b>378</b>	<b>100</b>	<b>394</b>	<b>100</b>

### EVOLUZIONE DELLE CARRIERE

92

Su una cifra complessiva di 399 mutamenti di incarico, 215 (pari al 54%) sono determinate da motivazioni di crescita professionale e 184 (46%) hanno riguardato trasferimenti di tipo orizzontale. In particolare 63 dipendenti si sono trasferiti da funzioni di sede centrale a ruoli di filiale e viceversa, 263 hanno assunto nuovi ruoli all'interno delle filiali, 73 hanno occupato nuove responsabilità di sede centrale; i dati, con le relative percentuali sono riprodotti nell'illustrazione riportata qui a fianco:



## RETRIBUZIONE MEDIA LORDA PER CATEGORIA

In questo ambito nel confronto con gli anni precedenti si registra una progressione fisiologica in tutte le categorie eccetto quella impiegatizia, in cui ha influito il costante inserimento di neoassunti, con conseguente annullamento sul dato medio degli effetti di incrementi contrattuali, altrimenti ragionevolmente ripartibili su tutte le categorie.

	2005	2006	2007
Dirigenti	142	152	<b>153</b>
Quadri Direttivi	51	51	<b>52</b>
Impiegati	30	30	<b>30</b>
Altre risorse	26	26	<b>27</b>

\*DATI IN MIGLIAIA DI EURO

93

## Ricerca interna di candidati

In linea con una serie di iniziative volte ad incrementare le opportunità di professionalizzazione attraverso la mobilità interna, anche “trasversale”, a fronte di specifiche necessità già da alcuni anni viene data a tutto il personale la possibilità di “autocandidarsi”, seguendo una apposita procedura: tramite la rete Intranet vengono proposte periodicamente delle “inserzioni” che indicano compiti e funzioni connessi al ruolo richiesto ed esplicitano il possesso di alcuni requisiti che costituiscono titolo preferenziale (ad es. esperienza specifica, titolo di studio, età massima indicativa).

Nel corso del 2007 sono state aperte 3 procedure di autocandidatura per 6 posizioni, cui hanno risposto complessivamente 50 dipendenti del Gruppo.



## Valutazione delle prestazioni

Per ogni dipendente viene effettuata annualmente, a cura del responsabile incaricato, una valutazione della propria prestazione professionale, con il duplice obiettivo di dare indicazioni per il miglioramento della performance del collaboratore e di concordare e condividere il percorso di sviluppo della sua professionalità.

Questi aspetti, insieme al riconoscimento dell'effettivo contributo apportato dal singolo collaboratore, vengono discussi in un apposito colloquio personale con il responsabile e formalizzati in una scheda di valutazione, che prevede uno spazio per inserire considerazioni di merito e feedback da parte del valutato e che può essere successivamente consultata on-line dallo stesso.

Questa disponibilità, oltre ad assolvere quanto disposto dall'art.66 del contratto nazionale di lavoro vigente, garantisce l'obiettivo di trasparenza nella valorizzazione del merito professionale di ogni dipendente.

## Il sistema incentivante

Anche nel 2007 il Gruppo ha attivato, per le banche territoriali, un sistema incentivante a favore dei responsabili delle agenzie, indipendentemente dalla loro dimensione e a condizione che evidenziassero un andamento regolare in termini di controlli interni.

Gli incentivi, di natura economica ed in parte riconosciuti anche ai collaboratori di agenzia in funzione del contributo apportato, sono stati logicamente collegati agli obiettivi di performance delle agenzie, monitorati con indicatori di carattere oggettivo, sinteticamente riferibili a redditualità, dati patrimoniali e risultati commerciali - sia complessivi che relativi a specifiche “campagne di vendita”. Alle filiali Capozona sono stati riservati, in presenza di risultati particolarmente significativi, appositi “bonus coordinamento”; nelle Zone in cui tutte le agenzie hanno raggiunto il target richiesto è stato erogato un ulteriore incentivo sotto forma di “bonus realizzo”.

Nel corso del 2007 l'attività di formazione si è concentrata su due fronti principali: i corsi dedicati alle innovazioni della Normativa di settore e la revisione delle aree tematiche allo scopo di renderle più attuali e rispondenti alla costante evoluzione delle normative e delle esigenze del mercato bancario.

Su questo aspetto le aree oggetto di interventi sostanziali sono risultate quattro:

- 1** comportamentale e Risorse Umane, con contenuti relativi ai dipendenti - codici di condotta informali (modi di porsi ed agire) e principi di managerialità;
- 2** informatica e applicazioni, dedicata ai temi specifici della tecnologia dell'informazione e delle sue applicazioni sull'attività bancaria;
- 3** trasferimenti, rivolta all'attività a livello di sportello e ai sistemi di pagamento in generale;
- 4** commerciale, riguardante l'area marketing e le competenze di carattere commerciale (ad esempio le tecniche di vendita).

La formazione erogata ha avuto un incremento quantitativo del 50% rispetto al 2006; dal punto di vista dei contenuti, per il Gruppo risulta sempre più importante "accompagnare le risorse" in termini non solo di addestramento sulle procedure, ma anche e soprattutto di formazione sui comportamenti, fornendo strumenti per una gestione del rapporto con il cliente sempre più orientata alla qualità ed alla trasparenza; conferma tale orientamento l'incremento dei dati relativi alla formazione per l'area commerciale, che include gli interventi finalizzati a sviluppare abilità nella vendita dei prodotti, nel contatto

con i clienti, nell'erogazione di servizi qualitativamente elevati e quindi nell'aumento delle competenze distintive. I dati complessivi di confronto triennale sulla ripartizione dell'attività formativa per area tematica confermano il notevole incremento tanto nell'Area Commerciale quanto nell'Area della Normativa (dal 7 al 25% del totale della formazione erogata nell'anno). A titolo esemplificativo, in questa Area sono compresi argomenti come la normativa antiriciclaggio, la legge 626 sulla salute e sicurezza dei lavoratori e sulla Privacy, la nuova normativa ISVAP (Istituto per la vigilanza sulle assicurazioni private e di interesse collettivo).

In quest'ultimo caso l'intervento ha coinvolto oltre milleducento persone operanti nel settore delle polizze - pari a circa un terzo dei dipendenti dell'intero Gruppo; con l'occasione sono stati sperimentati nuovi modelli di collaborazione sinergica tra i diversi comparti aziendali. Sono state avviate attività di formazione anche sull'iniziativa Patti Chiari, mirate ad una sempre maggiore consapevolezza dell'importanza di esercitare trasparenza in tutta l'operatività rivolta ai clienti. Allo scopo di consentire una formazione più diffusa e tempestiva, il Gruppo ha deciso nel 2007 di accentuare l'utilizzo - peraltro già consolidato - della cosiddetta "formazione a distanza" (aula virtuale e corsi on-line). Conseguentemente l'incremento rispetto allo scorso anno delle ore erogate tramite formazione a distanza è stato del 93%. Durante il 2007 sono state inoltre introdotte nuove attività di pianificazione e tutoraggio proattivo, necessarie per mantenere l'efficacia di tale modalità di erogazione.

**Corsi per Area professionale**

	2005		2006		2007	
	FORMAZIONE	POPOLAZIONE	FORMAZIONE	POPOLAZIONE	FORMAZIONE	POPOLAZIONE
Impiegati + altri	71,3%	68,2%	64,3%	67,2%	<b>68,4%</b>	<b>65,8%</b>
Quadri Direttivi	26,2%	30,3%	33,6%	31,3%	<b>30,6%</b>	<b>32,6%</b>
Dirigenti	2,5%	1,5%	2,1%	1,5%	<b>1,0%</b>	<b>1,6%</b>
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Livello corsi**

	2005	2006	2007
Neoassunti	34%	22%	<b>11%</b>
Base	8%	13%	<b>16%</b>
Avanzato	10%	8%	<b>6%</b>
Specialistico	48%	57%	<b>67%</b>
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Area tematica**

	2005		2006		2007	
	ORE	%	ORE	%	ORE	%
Commerciale	5.062	6,3	14.687	16,9	<b>50.360</b>	<b>38,6</b>
Credito	9.461	11,7	6.718	7,7	<b>7.225</b>	<b>5,5</b>
Finanza	15.010	18,5	22.448	25,8	<b>11.802</b>	<b>9,1</b>
Informatica e applicazioni	2.737	3,4	1.037	1,2	<b>1.357</b>	<b>1,0</b>
Linguistica	5.023	6,2	1.004	1,2	<b>2.881</b>	<b>2,2</b>
Normativa	7.204	8,9	8.744	10,0	<b>33.133</b>	<b>25,4</b>
Trasferimenti	6.147	7,6	7.282	8,4	<b>3.898</b>	<b>3,0</b>
Risorse Umane e Manageriale	17.936	22,2	17.706	20,3	<b>17.833</b>	<b>13,7</b>
Altro	12.393	15,3	7.515	8,6	<b>1.821</b>	<b>1,4</b>
<b>Totale</b>	<b>80.973</b>	<b>100</b>	<b>87.141</b>	<b>100</b>	<b>130.310</b>	<b>100</b>

Nb: i dati della tabella relativi al 2005-2006 differiscono in parte da quelli pubblicati nei precedenti Bilanci Sociali, in quanto riaggregati in base alla revisione delle aree tematiche effettuata nel 2007 per renderli confrontabili con quelli dell'ultimo anno.

**Tipologia corsi**

	2005		2006		2007	
	ORE	%	ORE	%	ORE	%
Aula tradizionale - Corsi interni	55.871	69	49.670	57	<b>74.277</b>	<b>57</b>
Aula tradizionale - Corsi esterni	9.717	12	13.943	16	<b>10.425</b>	<b>8</b>
Formazione a distanza	15.385	19	23.528	27	<b>45.608</b>	<b>35</b>
<b>Totale</b>	<b>80.973</b>	<b>100</b>	<b>87.141</b>	<b>100</b>	<b>130.310</b>	<b>100</b>

## Politiche del lavoro e relazioni sindacali

Il Servizio Lavoro e Relazioni Sindacali di Deltas ha continuato a prestare attività di consulenza giuslavoristica a favore delle banche e società e di gestione del disciplinare e del contenzioso, con il relativo presidio della materia e la presenza nelle sedi giudiziali ed extragiudiziali a tutela e in rappresentanza delle varie istanze del Gruppo. È stata offerta risposta all'esigenza di accentrare la valutazione, istruzione, definizione e decisione dei procedimenti disciplinari e delle cause di lavoro in essere (peraltro molto ridotti), anche attraverso rapporti di consulenza con professionisti esterni. Il 2007 è stato caratterizzato dall'attenzione rivolta ai consueti numerosi momenti di confronto con le parti sociali - sempre più valorizzati dalla vigente normativa legale e contrattuale (incontri annuali, incontri semestrali, informative di vario contenuto); anche le diverse procedure di riorganizzazione interna attuate nel corso del 2007 hanno impattato sulle politiche del

lavoro e le relazioni sindacali interne. Tra queste ultime si evidenziano in particolare:

- la razionalizzazione della Direzione Organizzazione di Deltas;
- l'accentramento in Creset della attività di tesoreria e enti;
- la fusione della società Crypto in Bankadati;
- l'accentramento dell'attività di recupero crediti in Finanziaria San Giacomo;
- la nuova collocazione della Direzione Crediti di Gruppo all'interno della banca Capogruppo;
- l'allocazione della funzione Controllo Rischi e l'unificazione della Direzione Legale in Deltas;
- l'autonomizzazione della funzione di *compliance* - che ha portato alla stessa ridenominazione della Direzione di riferimento;
- l'unificazione della funzione di risk management all'interno dell'omonima Direzione di Deltas.

Nel corso dell'anno è stato rinnovato il Contratto Collettivo Nazionale di

Lavoro. È risultata significativa l'attività interpretativa dei Contratti Integrativi Aziendali conseguente al loro rinnovo, portando anche alla sottoscrizione - d'intesa con le Organizzazioni Sindacali - di alcuni accordi interpretativi.

Sempre relativamente alle dinamiche sindacali, l'evento più significativo, conclusosi nel corso del 2008, è costituito dall'avvio della procedura relativa all'acquisizione di 35 sportelli dal Gruppo bancario Intesa Sanpaolo.

Con riferimento alla formazione si sono registrate numerose occasioni di confronto con le organizzazioni sindacali, anche a fronte della maggiore importanza acquisita in materia dalle parti sociali a seguito dell'istituzione dei vari fondi interprofessionali; nell'ambito di tali confronti si è pervenuti alla condivisione di accordi volti a ottenere finanziamenti di specifici programmi formativi destinati a tutte le aree professionali.

### Attività sindacale

	2007
Incontri sindacali	<b>64 giorni</b>
Assemblee sindacali	<b>3.286 ore</b>
Conflittualità sindacale: scioperi	<b>0 ore</b>

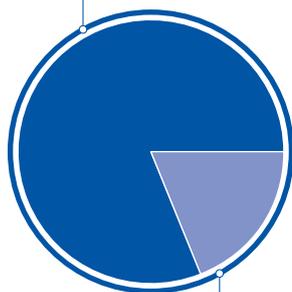
### Contenziosi in materia di lavoro (al 31/12/2007)

	2007
Numero contenziosi (tutti di natura individuale)	<b>44</b>
Aperti nell'anno	<b>6</b>
Chiusi nell'anno	<b>8</b>

### INCONTRI SINDACALI

81%

INCONTRI A LIVELLO AZIENDALE



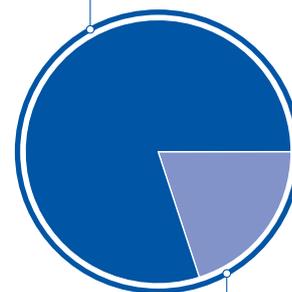
19%

INCONTRI A LIVELLO DI GRUPPO

### TASSO DI SINDACALIZZAZIONE DEL GRUPPO

80%

ISCRITTI AL SINDACATO



20%

NON ISCRITTI AL SINDACATO

## Politiche di welfare

### Previdenza complementare, assistenza sanitaria integrativa e coperture assicurative

Il Gruppo ha sviluppato nel corso del tempo politiche e iniziative volte al miglioramento della qualità della vita di tutti i dipendenti; tali principi si traducono anche, in concreto, in vari servizi di welfare aziendale quali:

- previdenza complementare;
- assistenza sanitaria integrativa;
- assicurazione sulla vita e invalidità permanente e sugli infortuni extraprofessionali;
- borse di studio per i figli dei dipendenti (caso specifico).

In particolare le Risorse Umane del Gruppo possono contare su forme diversificate di previdenza complementare finalizzate ad assicurare più elevati livelli di copertura previdenziale, integrando i trattamenti di pensione pubblica. Si tratta di fondi pensione a contribuzione definita e a capitalizzazione individuale (Fondo Pensione per i dipendenti del Gruppo bancario Credito Valtellinese, operante dal 1° gennaio 2002, e PreviBank): l'ammontare della prestazione pensionistica erogata dal Fondo è commisurata all'entità dei contributi versati dal datore di lavoro e dall'iscritto e dei rendimenti ottenuti dalla gestione delle risorse finanziarie.

È importante evidenziare l'alto tasso di adesione a tali forme di previdenza complementare che si attesta per l'anno 2007 al 98%. I dipendenti possono scegliere tra più linee di investimento con diversi profili di rischio-rendimento.

I contributi versati congiuntamente dai dipendenti e dalle banche e società appartenenti al Gruppo sono ammontati nel 2007 a 16,4 milioni di Euro, con un incremento rispetto al 2006 del 27%.

Per rispondere al meglio alle esigenze di tutela della salute, tutti i dipendenti del Gruppo ed i loro familiari possono contare su forme di assistenza sanitaria integrativa attuate sia tramite Fondi sanitari fondati sul principio mutualistico sia mediante polizze sanitarie.

L'adesione agli strumenti di assistenza sanitaria integrativa è volontaria e i collaboratori del Gruppo che inten-

dono avvalersene possono beneficiare di rimborsi per le spese sostenute per visite mediche specialistiche, degenze ospedaliere, ricoveri e interventi chirurgici, interventi odontoiatrici, analisi e check-up. Nel 2007 l'apporto finanziario del Gruppo e degli iscritti a forme di assistenza sanitaria integrativa è risultato pari a circa 4,4 milioni di euro, con una crescita su base annua pari al 5%.

Tutte le quattordici banche e società del Gruppo, infine, hanno stipulato coperture - a loro esclusivo carico - contro il rischio di morte e invalidità permanente e contro il rischio di infortunio extraprofessionale. Nel 2007 la copertura contro il rischio di morte e invalidità permanente è stata estesa a tutti i dipendenti e l'apporto finanziario è risultato pari a circa 730 mila euro, con un considerevole incremento rispetto all'anno 2006 (pari al 64%).

### Un caso specifico: borse di studio per i figli dei dipendenti

Il Gruppo destina ai figli dei collaboratori sostegno finanziario per agevolare la prosecuzione dei diversi cammini scolastici. Le provvidenze, che non possono essere corrisposte per un numero di anni superiore alla durata del corso legale degli studi previsto dai rispettivi ordinamenti per scuole elementari, scuole di istruzione secondaria e ciascuna facoltà universitaria, spettano:

- agli studenti di scuola elementare che abbiano superato l'anno scolastico di riferimento;
- agli studenti di scuola di istruzione secondaria di primo grado e di secondo grado che abbiano superato l'anno scolastico di riferimento;
- agli studenti universitari che abbiano acquisito almeno 40 crediti formativi alla fine della sessione d'esami dell'anno accademico di riferimento.

Agli studenti universitari che frequentano corsi universitari fuori dalla propria provincia di residenza viene corrisposta una ulteriore provvidenza annua pari a euro 200. Le erogazioni (borse di studio o concorso alle spese relative) cessano comunque al compimento del 26° anno di età del figlio/a studente.

Istituti di welfare	2006	2007	Variazione %
Previdenza complementare	12.896	<b>16.409</b>	27%
- di cui contributo a carico azienda	4.962	<b>5.937</b>	20%
Assistenza sanitaria integrativa	4.193	<b>4.411</b>	5%
- di cui contributo a carico azienda	3.678	<b>3.848</b>	5%
Assicurazione vita e invalidità permanente	444	<b>730</b>	64%
Assicurazione infortuni extraprofessionali	82	<b>81</b>	(1%)
<b>Totale</b>	<b>17.615</b>	<b>21.631</b>	<b>23%</b>

DATI IN MIGLIAIA DI EURO

## Comunicazione interna

La comunicazione interna assolve il compito primario di favorire la comprensione e condivisione della cultura d'impresa all'interno del Gruppo, contribuendo a creare comunanza di scopi e svolgendo un ruolo importante in termini di motivazione; dissemina l'informazione rilevante in forma pressoché integralmente elettronica: il principale strumento è rappresentato da Intranet che, disponibile in tutte le postazioni dei collaboratori, consente di rintracciare una serie di informazioni di base necessarie per l'operatività quotidiana (in particolare tramite le sezioni "funzioni di lavoro" e "normativa") accanto a una sezione aggiornata quotidianamente dedicata alle News, all'evidenziazione dei due eventi di maggior rilievo del periodo ("primo piano") e a quattro ulteriori parti riservate ai settori "Commerciale", "Risorse umane", "Organizzazione processi" e "Fondazione".

Il portale Intranet permette anche l'accesso alla formazione a distanza, contiene il link che consente di scrivere alla Redazione, la Rassegna e i Comunicati Stampa, la

quotazione in tempo reale dei titoli delle due banche quotate e la visione del sito di PattiChiari.

Completano i contenuti del portale Intranet l'accesso diretto al sito Internet del Gruppo, al portale di commercio elettronico, alla rivista Pleiadi, all'attività del Crevalcir, al Centro di orientamento Il Quadrivio, agli interventi sul territorio della Fondazione (con particolare riferimento alle Gallerie d'arte) e alle iniziative in corso.



## Crevalcir



98

Il Gruppo incoraggia la promozione di attività culturali, ricreative e sportive sostenendo l'attività del Crevalcir, che a norma di Statuto (art. 1) mira a:

- favorire la migliore utilizzazione del tempo libero dei propri associati;
- promuovere momenti di incontro in serenità e amicizia tra gli associati, anche al fine del reciproco arricchimento attraverso lo scambio di idee e di esperienze;
- favorire l'integrazione fra gli associati delle società del Gruppo.

Negli anni il Circolo Ricreativo Gruppo Credito Valtellinese è divenuto un importante punto di riferimento per i dipendenti, i pensionati e i loro familiari, avvalendosi, oltre che del sostegno finanziario del Gruppo, anche delle quote associative dei singoli Soci - oltre 3.300 a fine 2007, a conferma del gradimento raggiunto dal ricco programma di attività annuali proposte.

Nel corso dell'anno sono stati diffusi oltre 180 comunicati e proposte complessivamente circa 120 iniziative di carattere nazionale e locale riguardanti arte, teatro, musica, cinema, turismo culturale e cultura in genere; numerose sono risultate le manifestazioni sportive organizzate in varie discipline.

Visite guidate a musei e mostre si sono accompagnate a un programma di viaggi che ha riguardato Berlino, Marrakech, Rodi, Castelli della Loira e Patagonia (Argentina). I tradizionali Meeting del Circolo si sono svolti a Marina di Orosei (Nu) e Folgarida (Tn). In campo agonistico sportivo la rappresentativa del Gruppo ha vinto il Campionato Nazionale Bancari di Golf. Per la diffusione delle attività proposte viene utilizzato il notiziario interno "Il Crevalcir", disponibile in Intranet a cadenza mensile.

## Il coinvolgimento delle Risorse Umane - Convention 2007

Il 2 febbraio 2007 si è tenuta presso la Fiera di Milano città la ventisettesima Convention del Personale direttivo del Gruppo, cui hanno partecipato 751 dipendenti appartenenti alle categorie dei Dirigenti e dei Quadri Direttivi. All'evento, aperto dal Presidente della banca Capogruppo Giovanni De Censi con un messaggio introduttivo, sono intervenuti:

- il Direttore Generale della banca Capogruppo Miro Fiordi con un intervento di ampio respiro che ha preso le mosse dall'importante operazione di aumento di capitale (“per rafforzarsi, crescere e guardare al futuro”) e si è incentrata in particolare su mission (“essere banca popolare è una scelta vincente”), opportunità di sviluppo (estero, credito al consumo, assicurazioni), strategie di crescita (in termini di opzioni e architettura organizzativa), dati previsionali, progetti strategici e punti-chiave del Piano;
- il Presidente di Deltas e Direttore Generale del Credito Artigiano Luciano Camagni, che si è soffermato sul quadro macroeconomico di riferimento per il sistema bancario (previsioni e evoluzione territoriale dei mercati creditizi), risultati consolidati e individuali e previsioni di budget delle singole banche e di Aperta Sgr, sviluppo della rete territoriale e dei dipendenti con relativa scomposizione per caratteristiche;
- il Consigliere Delegato di Deltas e Vice-Direttore Generale del Credito Valtellinese Enzo Rocca ha incentrato il proprio intervento sulla conformità alle norme come fattore competitivo e di crescita e sugli impatti di Basilea 2 e dell'evoluzione del contesto normativo sul Gruppo, sottolineando come con l'introduzione dei nuovi modelli operativi e gestionali le Risorse Umane assumano sempre più un ruolo chiave come elementi determinanti per il rapporto con le altre categorie di stakeholder all'interno di uno scenario in cui trasparenza e correttezza connotano la qualità delle relazioni;
- il Vice-Direttore Generale vicario del Credito Valtellinese Giovanni Paolo Monti ha riletto il Piano strategico nella sua dimensione tecnologica individuando proprio la tecnologia dell'informazione come motore di sviluppo, competitività e innovazione ed evidenziando come il sistema produttivo del Gruppo sia di supporto alla strategia nella politica delle alleanze e delle partnership in essere;
- il Vice-Direttore Generale del Credito Valtellinese Franco Sala ha proposto in particolare l'aspetto commerciale del business, rimarcando tra l'altro come in futuro saranno premiate le banche fortemente orientate al cliente e adeguatamente focalizzate sulle nuove esigenze (trasparenza e consulenza), capaci di cogliere le opportunità grazie a elevate competenze e alta professionalità e attente ad applicare condizioni che tengano sempre conto della qualità del cliente e del grado di rischio assunto;
- il Vice-Direttore Generale del Credito Artigiano Lorenzo Tagni ha focalizzato l'attenzione dell'uditorio su quattro temi di interesse: acquisizione di nuove relazioni sul mercato, ulteriore miglioramento del *cross-selling*, sviluppo del listino prodotti e attenzione al cliente;
- il Direttore Generale del Credito Siciliano Francesco Giacobbi - in collegamento da Giardini Naxos (Ct) ove era riunito il personale della banca - ha incentrato il proprio intervento sulle origini, i riferimenti economico-patrimoniali e gli obiettivi della banca;
- il Direttore Generale della BAI Anna Cracco, che ricordato l'ingresso della banca nel Gruppo nel 1999 ne ha rimarcato la *mission* che la vuole istituto di riferimento per le famiglie e le piccole e medie imprese nel bresciano e in Veneto e evidenziato i dati di bilancio e le sfide attese;
- il Direttore Generale di Bancaperta Umberto Colli si è interrogato circa le opportunità del Gruppo in tema di offerta del comparto estero, gestione dei rischi finanziari (di interesse, di cambio e relativo a materie prime ed energia) e business assicurativo;
- il Direttore Generale di Mediocreval Filippo Greco ha rimarcato le nuove opportunità nel settore dei crediti accompagnate da nuove forme tecniche di finanziamento e dagli interventi da sviluppare, anche per lo sviluppo delle relazioni con la clientela corporate e per ridurre ulteriormente il costo del credito;
- il Presidente di Bankadati Silvio Marchetti ha sottolineato il ruolo della società a presidio dell'area tecnologica ed informatica a supporto del generale processo di innovazione e citato realizzazioni dell'anno e progetti del 2008;
- il Direttore Generale di Stelline Servizi Immobiliari Fernando Grattirolo ha parlato dei progetti e delle realizzazioni della società e del ruolo della stessa all'interno del disegno individuato dal Piano strategico in vigore.

# I media

## Rapporti con i media

Nel corso del 2007 il Gruppo ha puntualmente informato la comunità giornalistica di tutti i fatti salienti relativi all'operatività delle banche territoriali e alle iniziative intraprese dalla Fondazione Gruppo Credito Valtellinese attraverso la diramazione di comunicati stampa, diffusi tramite lettere telematiche personalizzate ai vari giornalisti con i quali, nel tempo, il Servizio preposto ha stretto forti rapporti di dialogo e collaborazione.

Il Gruppo, che da sempre ha fatto della comunicazione un elemento essenziale anche in termini di trasparenza, rende contestualmente disponibili tutti i comunicati anche sul sito Internet dove gli stessi vengono archiviati su base mensile e resi disponibili nel tempo per dieci anni; nel 2007 sono state prodotte e diramate 87 comunicazioni. La Capogruppo Credito Valtellinese è risultata tra i candidati al controllo della Banca Popolare di Intra e per l'acquisizione di un lotto di sportelli di Intesa Sanpaolo in cordata con altri tre istituti di credito - i due eventi hanno contribuito a fare sì che per un lungo periodo la stampa si interessasse con sempre maggiore attenzione al Gruppo. A metà gennaio 2007 è stata organizzata una presentazione alla comunità finanziaria, aperta anche alla stampa, centrata sui lineamenti del "Piano strategico 2007-2010".

Nell'occasione sono risultate numerose le riprese sulle agenzie di stampa e sui giornali dei giorni successivi - un approfondimento è contenuto alla fine di questa sezione delle Relazioni sociali nella consueta parte dedicata al Coinvolgimento degli stakeholder.

Come in passato la maggior parte dei contributi di stampa riviene da testate locali delle aree in cui il Gruppo è presente, a testimonianza dell'attenzione e del sostegno al territorio di operatività. Tutte le segnalazioni di stampa di interesse vengono quotidianamente inserite nella rassegna stampa disponibile dalle 8,30 in Intranet e accessibile a tutti i 3.492 dipendenti - complessivamente il loro numero è ammontato a 2.257, comprendendo non solo gli articoli esclusivamente legati al Gruppo ma anche articoli in cui le banche sono citate in contesti non strettamente legati alla loro attività, oltre a tutte le segnalazioni riguardanti le mostre organizzate dalla Fondazione.

Anche le numerose iniziative della Fondazione Gruppo Credito Valtellinese hanno ottenuto ampio risalto sulla stampa - nello specifico merita sicuramente una citazione la mostra "Ultime ultime cene" organizzata presso la Galleria Stelline di Milano, con ritorni stampa di alto livello sia quantitativo che qualitativo.



## Investimenti pubblicitari

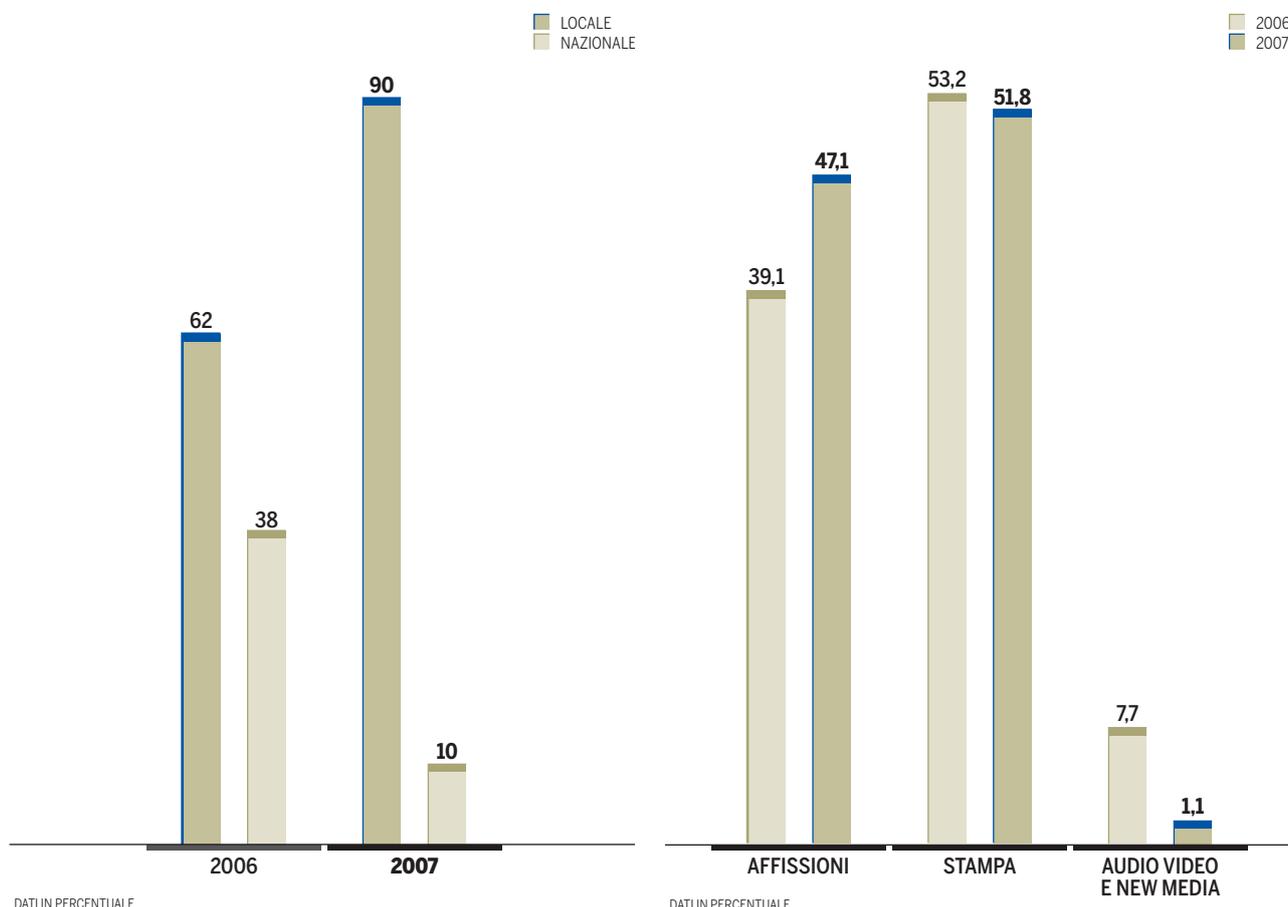
Il Gruppo dialoga in modo continuativo con le comunità di insediamento. La comunicazione pubblicitaria è intrapresa attraverso la selezione di una serie di mezzi in grado di raggiungere, a seconda dei territori, in modo efficace ed efficiente la comunità di riferimento sulla base di una serie strutturata di investimenti pubblicitari, continuativi nel tempo, il cui ammontare è stato nel corso del 2007 pari a 1,5 milioni di euro.

L'investimento nei media a livello locale è risultato decisamente preponderante (90% degli investimenti globali) rispetto a quello nei media nazionali; la scelta conferma la natura del Gruppo tramite la particolare attenzione prestata alla comunicazione con il pubblico di riferimento presente nelle aree di insediamento delle banche territoriali.

Nella ricerca dei mezzi più idonei per comunicare al meglio i propri messaggi, le scelte di investimento hanno riguardato affissioni (posizioni fisse in aeroporti, stazioni, sottopassi ferroviari e luoghi ove è possibile vantare flussi

di utenza importanti) che raccolgono il 47,1% degli investimenti totali effettuati nei mezzi locali (dato in crescita di otto punti percentuali) mentre il dato di pertinenza della stampa è in lieve flessione; le quote investite con queste due modalità variano peraltro secondo le specificità dei territori: in Italia settentrionale i maggiori investimenti - quasi i due terzi - sono concentrati sulla carta stampata, mentre in Sicilia si afferma in modo preponderante la scelta dell'investimento in affissione. Sempre nell'ambito dei mezzi di comunicazione scelti a livello locale è mantenuto un adeguato investimento negli audiovisivi tradizionali - televisioni e radio - e in quelli di nuova generazione (new media); a questi ultimi è prestata particolare attenzione alla luce dell'incremento nei livelli di apprezzamento da parte dell'utenza giovane e tecnologicamente molto evoluta. Gli investimenti a livello di media nazionali - il 10% del dato complessivo - sono stati principalmente effettuati sulla carta stampata (sia per annunci istituzionali sia per pubblicità di prodotto).

### INVESTIMENTI PUBBLICITARI



## Coinvolgimento dei media

### Incontro con la comunità finanziaria e con la stampa

In rappresentanza del Gruppo il Direttore Generale del Credito Valtellinese Miro Fiordi ha presentato alla comunità finanziaria presso il Palazzo delle Stelline in Milano il 17 gennaio 2007 le strategie del Gruppo per il periodo 2007-2010. In uno scenario caratterizzato da una tendenziale contrazione dei margini reddituali, tassi di crescita decrescenti delle masse, clienti più esigenti e pressione competitiva in rialzo, sono state illustrate le principali proiezioni economico-patrimoniali a tre anni evidenziando gli elementi principali per migliorare il posizionamento competitivo:

- migliori performance di mercato - obiettivi di eccellenza sull'efficienza (masse per addetto) e di redditività mediante un significativo miglioramento delle performance di mercato (sviluppo) di tutte le banche del Gruppo e in particolar modo del Credito Siciliano;
- governo dei costi - semplificazione dell'organizzazione del Gruppo per quanto riguarda le spese del personale, indicatori di performance sugli altri costi amministrativi in ottica di ulteriore razionalizzazione, ridimensionamento dei costi legati al processo dei crediti e prosecuzione della modellizzazione del rating al riguardo;
- potenziamento dell'offerta commerciale - segmento impresa (estero, prodotti specializzati, *corporate finance*) e privati (credito al consumo e bancassicurazione).

Il meeting ha inteso indicare - in anticipo rispetto alla stessa Assemblea straordinaria dei Soci che ha deliberato l'operazione il 10 febbraio - i lineamenti dell'operazione di aumento di capitale (finalizzata ad una crescita della dotazione di patrimonio di 990 milioni € in tre anni), la consistenza della natura di banca popolare (speciali-

sta nello sviluppo delle relazioni con gli stakeholder e i territori) e la connessa rilevanza del ruolo dei Soci e del segmento retail e delle piccole e medie imprese.

Individuati i tre fattori critici basilari di successo nel personale eccellente, modelli organizzativi semplici e flessibili e governo della tecnologia, la trattazione si è incentrata sulle principali opportunità per il Gruppo individuate nella crescita per linee interne (apertura di almeno cento sportelli nelle zone centro-settentrionali del Paese), accordi di partnership, sviluppo di società di prodotto nel settore del credito al consumo, ampliamento dell'offerta in ambito assicurativo e per quanto concerne il mercato estero; il posizionamento attuale - dati patrimoniali, redditività, efficienza, politica dei dividendi - ha costituito la base per tracciare gli obiettivi in termini di clientela, prodotti e canali.

L'incontro si è concluso con l'evidenziazione di sei progetti qualificanti, in parte già indicati:

- 1 potenziamento dell'offerta;
- 2 progetto di nuove filiali - differenziate per segmento di offerta servito;
- 3 progetto Veneto - espansione nelle province di Padova, Verona e Vicenza;
- 4 Credito Siciliano - completamento del processo di razionalizzazione;
- 5 ottimizzazione organizzativa - aumento dell'efficienza e focalizzazione sul core business;
- 6 governo puntuale dei costi.

L'intera presentazione è disponibile in rete - anche in modalità multimediale - nella sezione Investor Relations (<http://www.creval.it/investorRelations/index.html>).



## I fornitori



103

Il Gruppo persegue con i propri partner commerciali un'attenta politica di collaborazione finalizzata alla ricerca di condizioni di reciproco beneficio e di comune soddisfazione. L'influenza sulle performance aziendali derivante dalla scelta dei fornitori porta ad ottimizzare le metodologie di ricerca, di comparazione e di selezione dei partner commerciali più idonei, il cui operato è periodicamente soggetto a valutazioni basate su criteri ben definiti:

- puntualità della consegna;
- integrità e completezza delle forniture;
- corrispondenza agli standard prefissati (capitolato);
- economicità in termini di rapporto qualità - prezzo.

Attraverso lo strumento dell'Albo Fornitori, in cui è

raccolto un insieme di informazioni di carattere tecnico, economico, commerciale e logistico, viene costantemente monitorato l'operato ed il mantenimento nel tempo della qualità delle prestazioni richieste a questa categoria di stakeholder; i principi di correttezza e trasparenza sono garantiti anche attraverso la condivisione e l'accettazione da parte dei fornitori del "Codice Comportamentale del Gruppo Credito Valtellinese" che stabilisce inequivocabilmente come la scelta degli stessi debba avvenire in base a valutazioni obiettive circa competitività, qualità ed economicità del servizio. La scelta del fornitore dipende anche dal grado di apprezzamento che lo stesso riscuote sul mercato privilegiando, ove possibile, prestatori di servizi in possesso di significative Certificazioni qualitative.

## Gestione dei costi

Attraverso la Divisione Gestione Costi, istituita presso Bankadati, il Gruppo organizza sistematicamente il processo di centralizzazione degli acquisti e di monitoraggio dei consumi.

Gli obiettivi al riguardo sono tre:

- 1** identificazione di una corretta metodologia di acquisto per ciascuna categoria merceologica (attraverso ricerche di mercato, aste on-line e altre metodologie volte ad esaltare i principi di concorrenza e di libero mercato);
- 2** razionalizzazione dei consumi attraverso l'analisi delle effettive esigenze, del controllo e della definizione delle regole di utilizzo;
- 3** revisione dei processi interni con la semplificazione e la standardizzazione degli stessi.

Il processo, affiancato ad una valutazione dei beni e dei servizi erogati dai fornitori, garantisce il contenimento dei costi e un elevato livello di qualità ed innovazione.



## Procurement Executive Circle (PEC) e Consorzio interbancario per la gestione degli acquisti

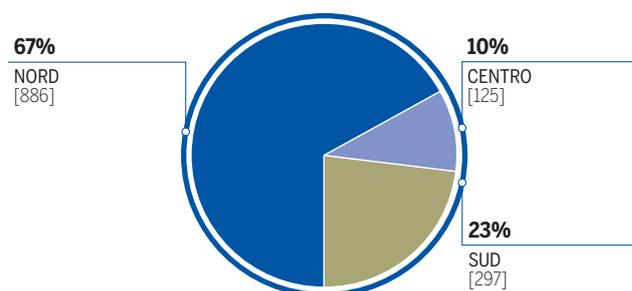
L'importanza assunta dai processi di approvvigionamento ha spinto il Gruppo Valtellinese ad intensificare la partecipazione ai gruppi di lavoro intersocietari di ottimizzazione degli acquisti. La permanenza all'interno del "Procurement Executive Circle (PEC)" e del "Consorzio interbancario per la gestione degli acquisti" costituiscono due esempi al riguardo: in entrambi i casi si tratta di luoghi di confronto con società con esigenze e problematiche in parte simili al fine di condividere le loro specifiche esperienze e riflettere sugli scenari evolutivi del mercato. In particolare, il Consorzio interbancario istituito

dall'ABI ha costituito un gruppo di lavoro, denominato "Procurement per il sistema bancario", che ha prodotto uno studio di fattibilità per individuare le opportunità ed i vantaggi derivanti dall'aggregazione tra banche in merito alle metodologie ed alle soluzioni a supporto della gestione degli acquisti; il Consorzio, coordinando le attività delle aziende di credito consorziate, mira ad acquisire sul mercato, a condizioni economiche migliorative e nel rispetto dei principi di trasparenza e concorrenzialità, un'ampia gamma di beni e servizi rispondenti ad adeguati standard qualitativi.

## Localizzazione dei rapporti commerciali

La ricaduta economica e sociale dei rapporti di fornitura avvenuta con partner italiani si è concentrata principalmente nelle zone di insediamento del Gruppo - in particolare il 67% degli stessi è concentrato in Italia settentrionale e il 23% nell'Italia meridionale, con una netta predominanza in quest'ultimo dato della regione Sicilia. Nel corso del 2007 si sono registrati rapporti di collaborazione per un ammontare di oltre 164 milioni di euro. Tali scambi commerciali, considerando i soli fornitori principali ovvero coloro che hanno intrattenuto rapporti con il Gruppo per un ammontare superiore ai 10.000 euro, hanno visto coinvolti oltre 1.200 fornitori.

### LOCALIZZAZIONE DEI RAPPORTI DI FORNITURA: NUMERO DEI FORNITORI E CORRISPONDENTE PERCENTUALE DI INCIDENZA



## Stato, autonomie locali e istituzioni

Il Gruppo non limita la propria operatività a relazioni creditizie con i singoli operatori quali famiglie, commercianti, artigiani, professionisti e imprese, ma svolge la propria attività anche a favore di soggetti collettivi - Enti pubblici, istituzioni, associazioni - in quanto articolazioni essenziali della società.

Nel 2007 il ruolo di punto di riferimento per il mercato pubblico è stato assunto da Creset, deputata alla cura della fiscalità locale degli Enti pubblici, alla gestione dei servizi di tesoreria e cassa ed al presidio, dal punto di vista giuridico e normativo, dell'attività di incasso e riversamento di tributi e contributi svolta dalle banche del Gruppo.

L'ampia gamma di servizi di cui dispone permette alla società di proporsi agli Enti quale unico interlocutore in grado di soddisfare le esigenze di natura finanziaria e consulenziale in un rapporto collaborativo di tipo globale.

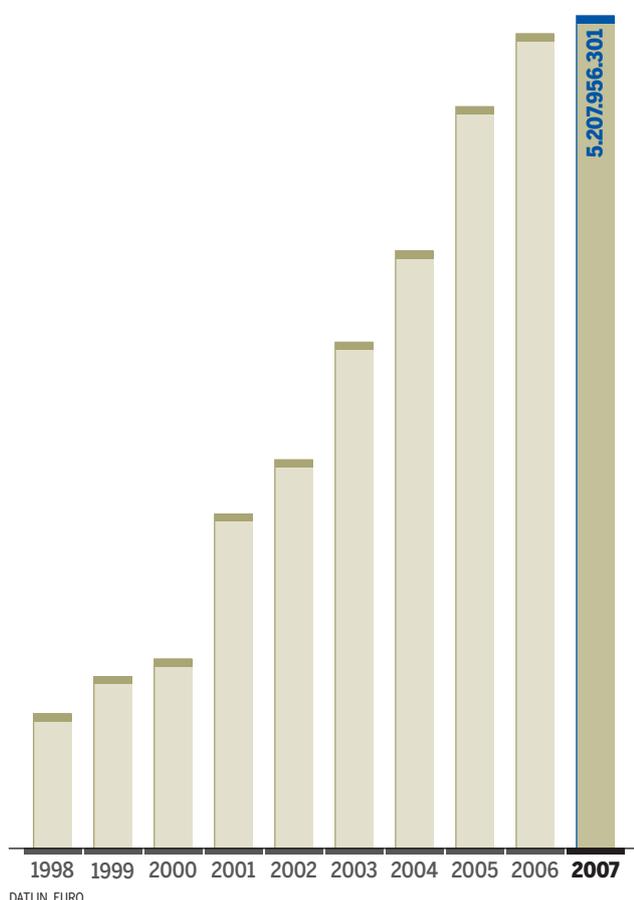
### Servizi di tesoreria e cassa

La movimentazione complessiva nel corso del 2007 è stata superiore a 5,2 miliardi di euro per 1.392.949 documenti lavorati tra mandati, reversali e provvisori, con una crescita sul 2006 rispettivamente del 3,2 e dell'8,2%.

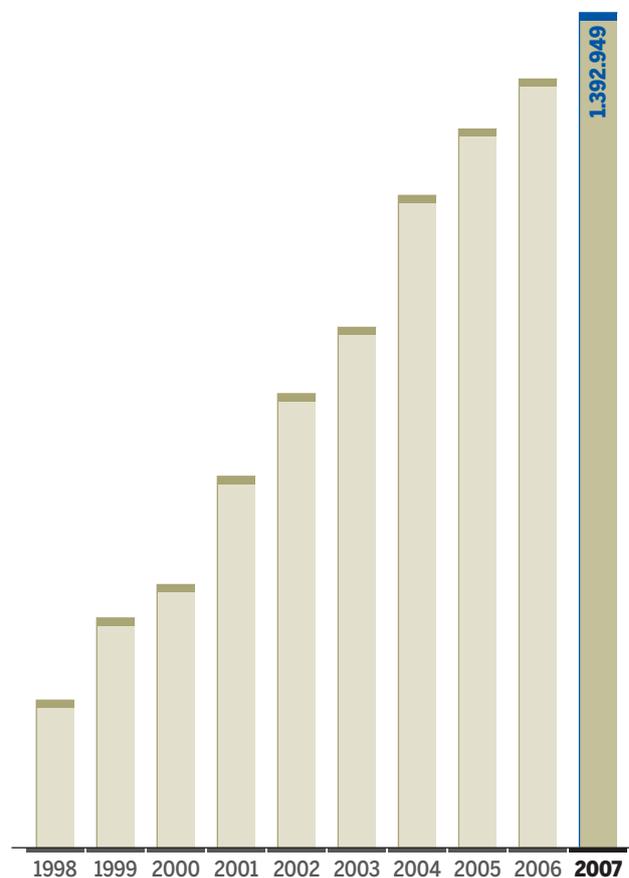
La gestione dei servizi di tesoreria e cassa viene effettuata con l'impiego di strumentazioni e procedure avanzate, basate su Internet e caratterizzate da modernità, sicurezza e semplicità, assicurando un collegamento diretto tra l'ufficio economico-finanziario dell'Ente ed il Tesoriere.

La gestione informatizzata ha luogo attraverso un pacchetto di servizi offerto gratuitamente agli Enti pubblici. Nel corso del 2007 i mandati e reversali trasmessi a mezzo flusso elettronico da 136 Amministrazioni che utilizzano tali servizi sono stati pari a 648.580 unità per un ammontare totale superiore a 3 miliardi di euro; attraverso il canale Internet è stato trattato il 58,9% degli ordinativi di incasso e di pagamento emessi, di cui il 2,4% firmato digitalmente.

#### TOTALE PAGAMENTI E RISCOSSIONI



#### NUMERO DOCUMENTI LAVORATI



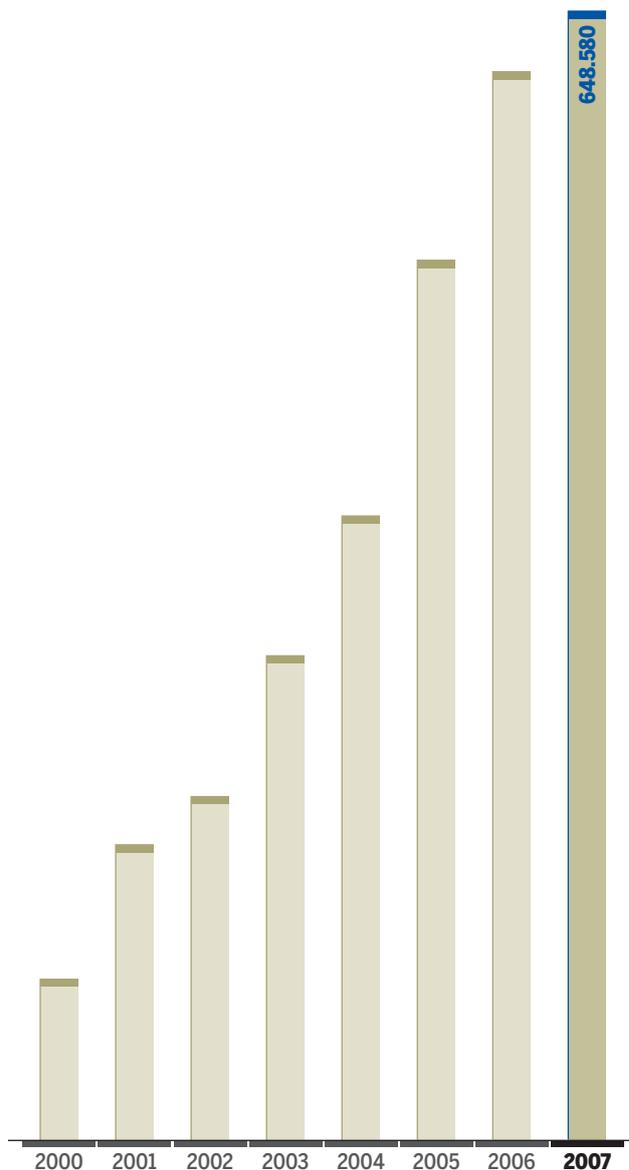
Nell'ottica di un interscambio di dati e di informazioni anche con la collettività, ai clienti del Gruppo Credito Valtellinese è offerta la possibilità, attraverso il servizio banc@perta, di eseguire via Internet pagamenti a favore degli Enti come ad esempio il pagamento di rette (asili nido, scuole), concessioni edilizie, corsi extrascolastici, sanzioni. A testimonianza del forte utilizzo del prodotto, nel corso del 2007 sul portale banc@perta sono state eseguite 210.050 consultazioni (+33,7%).

Il servizio di incasso e bollettazione del servizio acquedotto e utenze varie ha interessato 50 Enti per un incasso complessivo di 157.890 utenze pari a 19.937.658 euro.

Tra le novità che hanno interessato lo specifico comparto aziendale si segnala l'istituzione del nuovo modello telematico "F24 enti pubblici" che, a partire dal 1° gennaio 2008, è utilizzato per il pagamento dell'Irap e delle ritenute alla fonte da parte degli Enti pubblici sottoposti ai vincoli del sistema di tesoreria unica e mista.

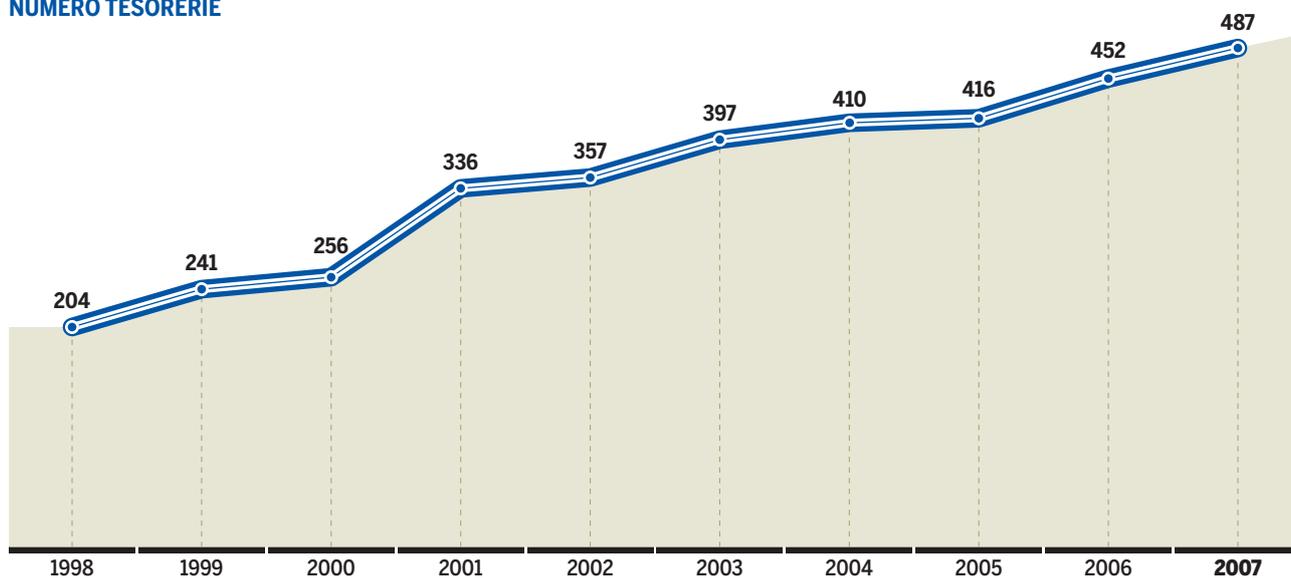
L'attività svolta da Creset nel corso del 2007 ha consentito inoltre alle banche del Gruppo di ampliare e consolidare le proprie quote di mercato, con particolare riferimento alle aree geografiche interessate dall'apertura di nuove filiali. Tale azione si è concretizzata nel rinnovo dei servizi prestati a 47 Enti e nell'acquisizione di 48 nuove gestioni, determinando in 487 (+35) il numero complessivo di Amministrazioni per i quali il Gruppo gestisce il servizio di tesoreria e cassa. I principali servizi di nuova acquisizione hanno riguardato i comuni di Lissone (MI), Paratico (BS) e Castellammare del Golfo (TP) - in aree di pertinenza rispettivamente del Credito Artigiano, Banca dell'Artigianato e dell'Industria e Credito Siciliano - cui si affianca l'aggiudicazione del servizio di tesoreria del Comune di Sondrio da parte del Credito Valtellinese.

## NUMERO DOCUMENTI TRASMESSI CON FLUSSO ELETTRONICO



## NUMERO TESORERIE

106

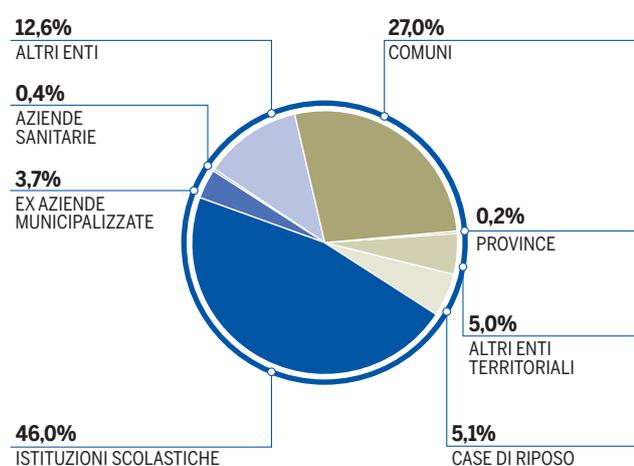


## Servizi di tesoreria e di cassa per tipologia di Enti

Dall'analisi dei servizi di tesoreria e di cassa per tipologia di Enti emerge che a fine 2007:

- il 46% degli stessi è rappresentato da Istituzioni scolastiche ed il 32,2% da Enti territoriali (Comuni, Province, Comunità montane, Consorzi di comuni);
- il restante 21,8% è costituito da altri Enti (essenzialmente Aziende speciali, Associazioni, comitati).

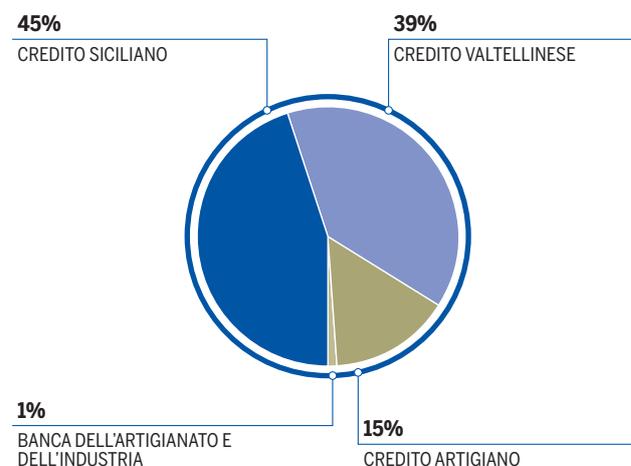
### TIPOLOGIA ENTI



## Servizi di tesoreria e di cassa gestiti dalle singole banche

I 487 servizi di tesoreria e cassa gestiti sono così ripartiti tra le singole banche territoriali. Il Credito Valtellinese e il Credito Siciliano rappresentano oltre l'80% dell'aggregato, a conferma della natura di "banche a maglie strette": la presenza limitata della Banca dell'Artigianato e dell'Industria è legata all'insediamento recente sul territorio e ad un numero di filiali che assomma a fine 2007 a 24 unità.

### TESORERIE PER BANCA



## Servizio riscossione tributi e contributi

Creset nel corso del 2007 ha rappresentato il presidio dal punto di vista giuridico-normativo dell'attività di incasso e riversamento di tributi e contributi svolta dalle banche del Gruppo su base convenzionale (Modello F24, I.C.I.) o normativa (Modello F23).

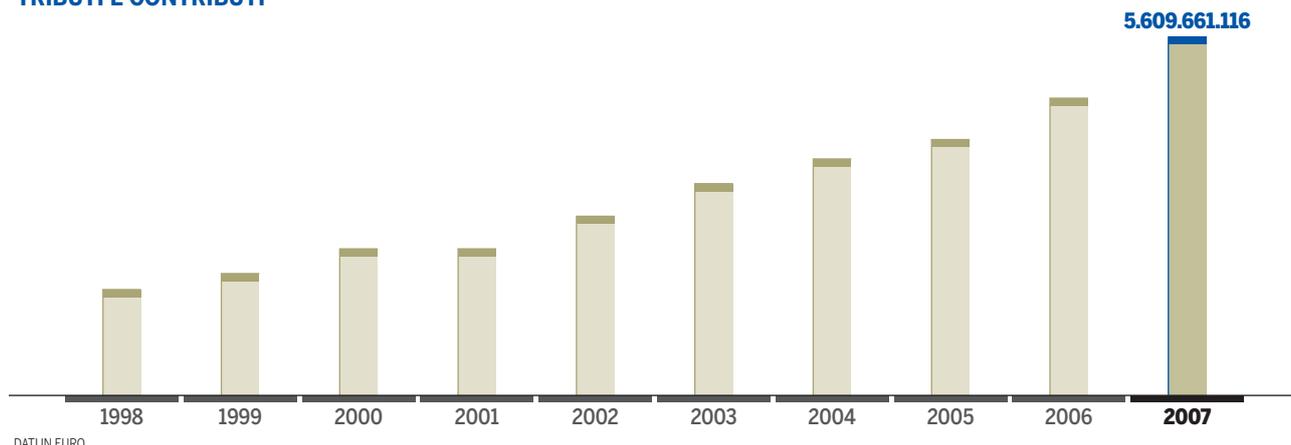
L'ammontare complessivo dei tributi e contributi riscossi dalle banche del Gruppo e riversati allo Stato e agli altri Enti nel corso dell'esercizio 2007 è stato di 5,6 milioni di euro (+ 21,4%) per 1.754.751 deleghe e bollettini (+ 12,3%).

L'attività di incasso ha interessato complessivamente 318.904 contribuenti.

Riscossione Tributi e Contributi	Importi incassati (euro)	Numero deleghe
Credito Valtellinese	1.691.778.446	637.283
Credito Artigiano	2.851.567.988	588.989
BAI	176.761.615	57.100
Credito Siciliano	872.417.559	470.258
Bancaperta	17.135.508	1.121
<b>Totale Gruppo</b>	<b>5.609.661.116</b>	<b>1.754.751</b>



## TRIBUTI E CONTRIBUTI



Nel contesto del continuo processo di evoluzione normativa in materia fiscale ed in relazione alla progressiva obbligatorietà estesa a tutti i soggetti titolari di Partita IVA di effettuare con modalità telematiche il versamento dei tributi e contributi di cui al modello F24, l'attenzione si è focalizzata sulla necessità di offrire un servizio di riscossione sempre più efficace, efficiente e rapido per soddisfare al meglio le esigenze dei clienti/contribuenti. In tale ottica nel corso del 2007 è stata rilasciata la nuova versione del servizio "Versamento delega F24" in banc@perta, atta a consentire:

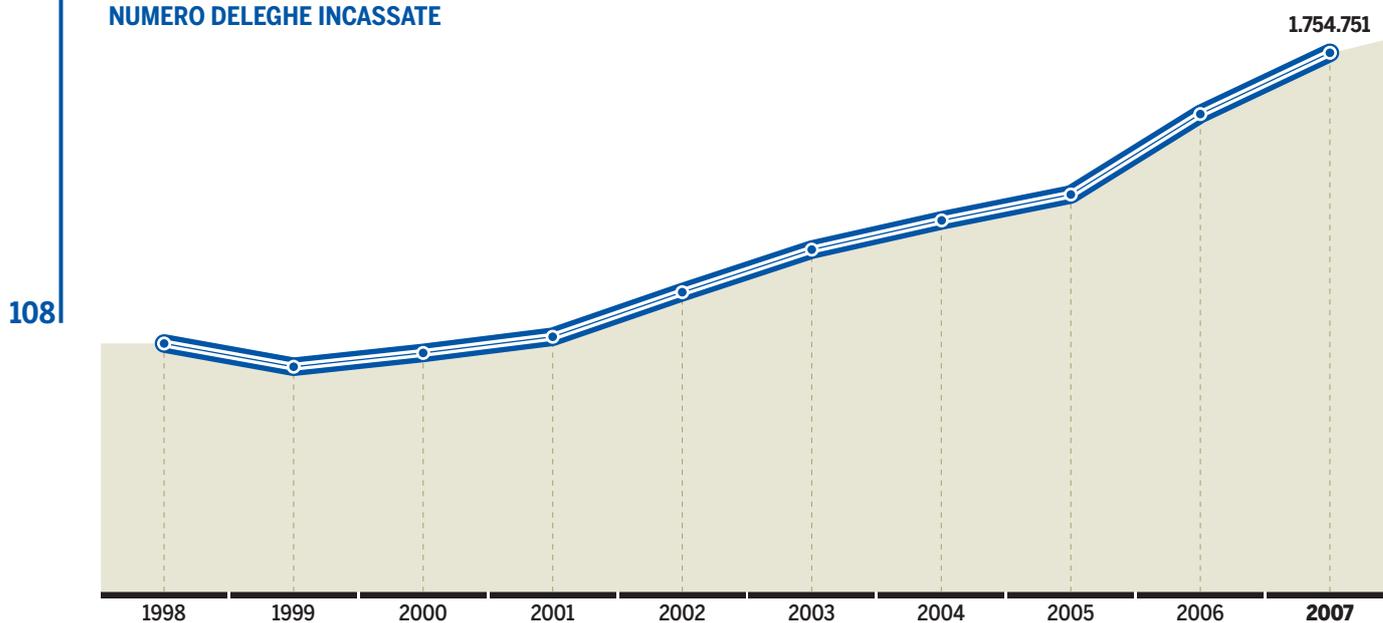
- la gestione delle attestazioni di pagamento, per cui il contribuente accede direttamente alla visualizzazione ed alla stampa della quietanza elettronica secondo lo standard ministeriale;
- la consultazione completa di tutte le deleghe inviate alla banca e il recupero di quelle precedentemente pagate per inserirne una simile.

In banc@perta è inoltre consentito il pagamento dei bollettini RAV (ad esempio per somme iscritte a ruolo e tassa dei rifiuti) e ICI, permettendo ai clienti/contribuenti di ottimizzare il tempo dedicato agli adempimenti fiscali - soprattutto in concomitanza con le scadenze relative. I pagamenti di tributi e contributi eseguiti in via telematica nel corso del 2007 sono stati complessivamente 1.092.387 (pari al 62,3% del totale), di cui il 72,3% transitati in banc@perta. Allo scopo di rafforzare il legame con il territorio su cui le banche operano sono state stipulate convenzioni con Agenti della riscossione (ex-Concessionari) o con i singoli comuni al fine di poter offrire il servizio di incasso di ICI e TA.R.S.U.

I comuni per i quali le banche del Gruppo hanno svolto tale servizio nel corso del 2007 sono stati 1.261.

Nel 2007 le banche del Gruppo hanno inoltre continuato ad offrire ai propri clienti la ricezione delle dichiarazioni fiscali - complessivamente ne sono state accolte 16.575.

## NUMERO DELEGHE INCASSATE



## Servizi di fiscalità locale

Nell'ambito dei servizi di fiscalità locale, concentrati nelle province di Como e di Lecco, Creset ha gestito la riscossione spontanea dell'ICI per conto di 141 Comuni - transando complessivamente 145 milioni di euro - e della TA.R.S.U. per 165 Comuni, per un volume complessivo affidatole in riscossione pari a 73 milioni di euro. Per quanto attiene l'attività coattiva la società ha concentrato la propria attività nella gestione del residuo ruoli ereditato dalla ex-concessionaria della riscossione Rileno in sede di scissione, procedendo alla sollecitazione scritta e telefonica dell'intero monte residuo (38 milioni di euro). In relazione a quest'ultima attività sono stati conseguiti incassi pari a 5 milioni di euro. Per quanto più specificamente attiene alla riscossione coattiva si è proceduto, sul finire dello scorso esercizio, alla notifica di circa 35.000 intimazioni di pagamento TA.R.S.U. per complessivi 7 milioni di euro relative ai residui della riscossione spontanea gestita da Rileno nel corso del 2006. Rispetto a quest'ultima attività - unitamente a quella di notificazione delle prime ingiunzioni fiscali relative alle liste di carico coattive - i risultati di riscossione potranno essere apprezzati durante il corrente esercizio 2008.

## Rapporti con lo Stato

Sotto forma di imposizione diretta e indiretta una quota pari al 27,3% del Valore Aggiunto prodotto da Gruppo è stata destinata all'assolvimento degli obblighi tributari (136,2 milioni di euro). La quota rappresenta una crescita percentuale del 27,5% rispetto al 2006.

## Rapporti con le autorità

Sono proseguite, in un clima di mutua correttezza e lealtà, le relazioni con l'Autorità giudiziaria e la Guardia di Finanza. In corso d'anno sono state inviate alle banche del Gruppo oltre 52.000 richieste di accertamenti fiscali, mentre le richieste di natura penale hanno superato le 5.000 unità - l'evasione del numero crescente di istanze ha comportato una notevole mole di lavoro in carico a Mediocreval, determinando un forte impegno da parte dei collaboratori del Servizio Legale della società così come del personale degli archivi e dei dipendenti delle filiali delle banche del Gruppo coinvolte nelle indagini. Il notevole aumento dei dati richiesti deriva in particolare dal fatto che per gli accertamenti fiscali è stato introdotta dalla fine del 2006 la modalità telematica.

## Rapporti con associazioni e istituti di ricerca



Nel 2007 le varie istanze del Gruppo hanno in particolare intessuto rapporti con associazioni e istituti di ricerca nel senso indicato:

- Associazione Bancaria Italiana: oltre alla partecipazione agli eventi di maggiore rilievo dell'Abi rivolti agli associati, rappresentanti del Gruppo partecipano con regolarità alle seguenti commissioni tecniche attivate dall'organismo di rappresentanza e tutela delle aziende di credito italiane nel senso indicato:
  - tributaria;
  - per l'ordinamento finanziario;
  - tecnica legale;
  - per i crediti e l'internazionalizzazione;
  - per la finanza;
  - per i sistemi di pagamento;
  - per le ricerche e analisi;
  - per le tecnologie e la sicurezza;
  - sindacale;
  - sulla legislazione del lavoro.

Il Presidente della Capogruppo De Censi è uno dei Vice-Presidenti dell'Associazione; il Direttore Generale Fiordi è membro del Comitato Direttivo del Consorzio PattiChiari fin dalla sua costituzione, a conferma della particolare importanza che il Gruppo attribuisce a tale iniziativa di sistema.

- società e organismi di rappresentanza delle banche po-

polari: Istituto Centrale delle Banche Popolari Italiane e Associazione Nazionale fra le Banche Popolari;

- Cranec (Centro di Ricerche in Analisi Economica, Economia Internazionale, Sviluppo Economico dell'Università Cattolica di Milano), diretto dal Professor Alberto Quadrio Curzio e del cui comitato scientifico fanno parte circa venticinque docenti tra cui i Professori Fortis e Maggioni. Tra le varie attività svolte dal Cranec per il Gruppo Credito Valtellinese si segnalano le seguenti iniziative:
  - relazione macroeconomica annuale, sulla cui base viene elaborata la primissima parte delle relazioni di bilancio delle banche del Gruppo;
  - contributo allo sviluppo dell'assetto organizzativo del Polo dell'Innovazione della Valtellina;
  - attività di collaborazione e supporto scientifico ad attività svolte per progetti applicativi di interesse congiunto tra il Gruppo, la Fondazione Gruppo Credito Valtellinese, la Società Economica Valtellinese e il Consorzio Vivi le Valli;
  - iniziative congiunte con il Gruppo e la stessa Fondazione su temi di carattere scientifico, tecnologico, economico e sociale concordati con i rispettivi organi istituzionali;
- Società Economica Valtellinese (SEV, di cui il Credito Valtellinese è tra i fondatori), associazione economico-culturale con scopi di valorizzazione dell'identità economico-sociale della provincia di Sondrio;
- Società Storica Valtellinese, associazione culturale con finalità di ricerca, raccolta e conservazione di documentazione storica concernente i territori dell'Adda e del Mera, unitamente alla promozione di raccolte, biblioteche e musei, sia nell'ambito provinciale che fuori provincia, anche a scopi didattici;
- Fondazione Pro Valtellina, che promuove ed incrementa iniziative ed opere a favore della comunità della provincia di Sondrio nel campo dell'assistenza e beneficenza ed in quello dell'istruzione e della cultura, accanto ad attività di carattere istruttivo ed educativo nei settori dell'agricoltura e del turismo;
- Fondazione Sodalitas, nata nel gennaio 2008 dalla trasformazione di Sodalitas stessa e caratterizzata da una *mission* a due dimensioni: trasferimento di cultura manageriale alle organizzazioni senza scopo di lucro e promozione della responsabilità sociale d'impresa dall'altro. La Fondazione Gruppo Credito Valtellinese è nel novero dei 61 Fondatori d'impresa che hanno contribuito alla nascita della nuova struttura.

## La collettività

### Fondazione

All'attività della Fondazione Gruppo Credito Valtellinese è assegnato il governo di tre tipi di iniziative:

- sociali e benefiche;
- di orientamento e formazione;
- culturali ed artistiche.

La mission risponde ad una scelta coerente con un'impostazione di Gruppo che intende coniugare l'attività economica vera e propria con un impegno saldo in termini di responsabilità sociale d'impresa e presidiato in termini specialistici ed esclusivi sotto forma di promozione del progresso culturale, morale e sociale del territorio di operatività delle banche, con particolare riguardo alle tradizionali aree di insediamento. L'impegno al servizio della comunità non trova spunto solo nello statuto della Fondazione, né in una ricerca di reputazione - spesso fine a se stessa - nel contesto in cui opera; è in linea di continuità con la natura di Gruppo a matrice popolare e risponde ad un presidio puntuale dell'ambito sociale di operatività, reso possibile dalla prescrizione presente in tutti gli statuti delle banche del Gruppo che prevede che le Assemblee dei Soci destinino elargizioni a scopi benefici, culturali e sociali con la devoluzione di una quota degli utili netti annuali d'esercizio direttamente alla Fondazione stessa.

Di seguito sono rappresentati, unitamente alla composizione del Consiglio di Amministrazione della Fondazione, i contributi ricevuti a sostegno dell'attività operativa e alla suddivisione per i tre macrosettori di intervento delle attività realizzate nel corso del 2007, le singole iniziative e i risultati ottenuti.

<b>CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE E DIREZIONE GENERALE</b>	
Presidente:	Francesco Guicciardi
Vice Presidente:	Bassano Baroni
Consiglieri:	Miro Fiordi
	Bruno Locatelli
	Paolo Ninatti
	Alberto Quadrio Curzio
	Emilio Rigamonti
	Carlo Ripamonti
	Giorgio Scaramellini
	Antonio Tirelli
Direttore:	Tiziana Colombera

#### Contributi a favore della Fondazione

Credito Valtellinese	1.900.000	61,2%
Credito Artigiano	900.000	29,0%
Credito Siciliano	70.000	2,3%
Bancaperta	200.000	6,4%
<b>Totale Gruppo Credito Valtellinese</b>	<b>3.070.000</b>	<b>98,9%</b>
Altri contributi	34.109,51	1,1%
<b>Totale</b>	<b>3.104.109,51</b>	<b>100%</b>

DATI IN EURO

#### Settori di intervento della Fondazione

Attività sociali e benefiche	1.400.224,00	38,41%
Attività orientamento e formazione*	327.474,80	8,98%
Attività culturali e artistiche**	1.893.555,82	51,94%
Borse di studio	24.305,00	0,67%
<b>Gruppo Credito Valtellinese</b>	<b>3.645.559,62</b>	<b>100,00%</b>

DATI IN EURO

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

\* Le attività di orientamento e formazione comprendono gli investimenti per Internet Saloon e Policampus che rientrano nella competenza gestionale della Fondazione ma figurano nel bilancio del Credito Valtellinese (tabella "Dettaglio attività orientamento e formazione").

\*\* Le attività culturali e artistiche comprendono gli investimenti per i seguenti interventi: mostre d'arte, volumi e iniziative sul territorio che rientrano nella competenza gestionale della Fondazione ma figurano nei bilanci delle banche e delle società del Gruppo (tabella "Dettaglio attività culturali e artistiche").

Il 2007 ha coinciso con il decimo anno di attività della Fondazione, caratterizzato dall'impegno profuso nella realizzazione delle iniziative celebrative del ventennale dell'attività espositiva delle Gallerie del Gruppo e del centenario del Credito Valtellinese e da importanti traguardi raggiunti nei tre principali settori di attività, per ciascuno dei quali si illustra il quadro di sintesi delle iniziative realizzate.

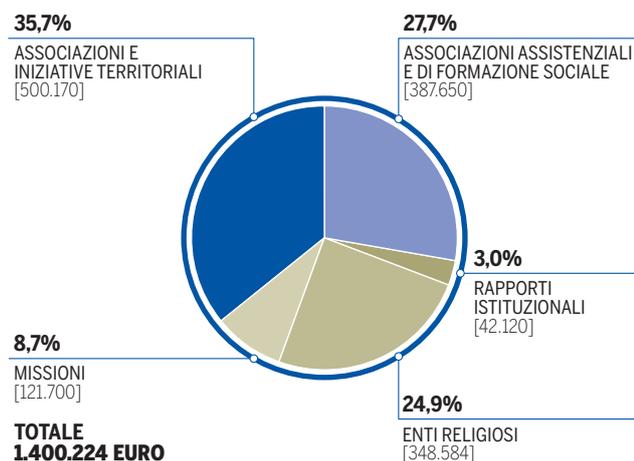


## 1. Attività sociali e benefiche

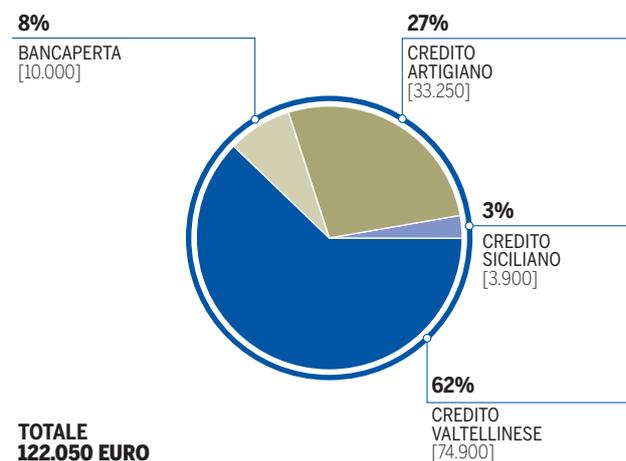
Nell'ambito delle attività sociali e benefiche vengono supportati annualmente enti, associazioni, organizzazioni di volontariato o istituzioni private, di matrice religiosa o laica, che promuovono progetti e iniziative rivolti alle categorie più fragili della popolazione, alla

promozione sociale, culturale e artistica, alla difesa e valorizzazione del patrimonio artistico e storico, della natura e dell'ambiente nei territori di operatività delle banche del Gruppo oltre ad iniziative sociali di matrice cattolica ed interventi a favore degli enti religiosi.

### RIPARTIZIONE PER TIPOLOGIA DELLA BENEFICENZA EROGATA PER CONTO DEL GRUPPO CREDITO VALTELLINESE



### CONTRIBUTI EROGATI A ENTI CHE SI OCCUPANO DI ASSISTENZA ALL'INFANZIA



### IMPORTI DELIBERATI NEL 2007 PER LA BENEFICENZA

Credito Valtellinese	Credito Artigiano	Credito Siciliano	Bancaperta	Fondazione	Totale Gruppo
618.464	642.840	16.550	18.000	104.370	<b>1.400.224</b>
44,2%	45,9%	1,2%	1,3%	7,4%	<b>100%</b>

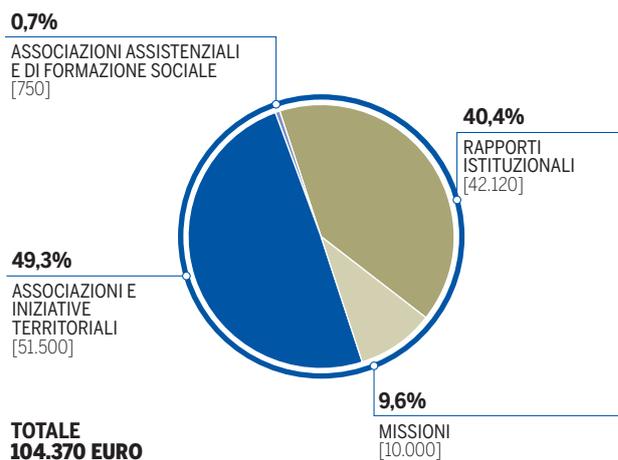
DATI IN EURO

### Interventi della Fondazione

Per le iniziative di solidarietà internazionale nel villaggio Valtellina Gama di Dickwella nello Sri Lanka è stata completata la realizzazione delle infrastrutture (strade, acqua, luce, ecc.) e dei quattro edifici di servizio ed è avvenuta l'assegnazione delle case ai sinistrati dello tsunami. A Matara, dove era stato colpito dallo tsunami un vasto complesso scolastico cattolico annesso al santuario della Madonna di Matara, anch'esso devastato, la Fondazione aveva concorso ad un progetto della cooperazione del Ministero Affari Esteri unitamente all'Università Cattolica di Milano e alla Regione Lombardia, per il restauro delle strutture scolastiche devastate.

In seguito le strutture sono state completate e la Fondazione ha finanziato la pubblicazione del un libro in tre lingue (inglese, italiano e cingalese) "La Madonna di Matara. Storia di una statua lignea nell'emergenza Tsunami" che commemora gli interventi di ripristino e restauro del complesso di Matara, nella ricorrenza il 9 settembre del centenario della Madonna, anch'essa restaurata; in data 24 ottobre il volume è stato anche presentato al Santo Padre. Per quanto concerne l'assistenza alle categorie fragili del territorio la Fondazione è divenuta interlocutore costante delle meritorie associazioni assistenziali e promozionali nei diversi settori concernenti l'area dei diversamente abili, dei tossicodipendenti, della protezione dell'infanzia e degli anziani. In particolare si segnala l'intervento per la realizzazione di una residenza protetta per minori problematici - la Comunità GAE di Morbegno - facente capo all'Associazione Il Gabbiano onlus. Nel campo della salute mentale, in cui il supporto è stato costante - in particolare per la realizzazione della residenza protetta Ca' Lucia a Traona (So) - la Fondazione è intervenuta al convegno per i dieci anni di fondazione de La Navicella, benemerita associazione a livello provinciale nel settore, nel quale è stato dato atto del costante sostegno fornito. Nell'ambito delle iniziative sociali del mondo cattolico è stata supportata la Caritas Diocesana come partner bancario di una delle prime realizzazioni di microcredito italiane, che si sta svolgendo con ottimi risultati: i prestiti sono effettuati a nominativi indicati dalla Caritas, che presta garanzia, ed erogati senza spese e a tasso zero. La Fondazione ha altresì continuato il supporto al corso biennale, organizzato dalla Caritas, di forma-

### RIPARTIZIONE PER TIPOLOGIA DELLA BENEFICENZA EROGATA DALLA FONDAZIONE

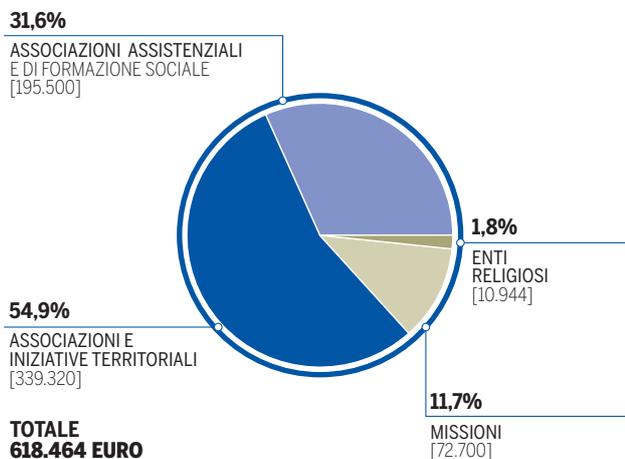


zione del volontariato "La persona ritrova la sua ricchezza", che svolgendosi in sedici incontri seminariali offre un supporto fondamentale di preparazione del personale volontario che gestirà i centri di ascolto Caritas, ma anche di quello che opera nelle varie associazioni valtelinesi di supporto e assistenza alle categorie fragili del territorio. Per quanto concerne le iniziative del mondo cattolico valtellinese nelle missioni, oltre ad un sostegno generalizzato e costante, sono stati supportati due progetti particolari:

- la costruzione di 21 abitazioni nel villaggio di Piscos, nella zona costiera del Perù a sud-est di Lima - una delle città più danneggiate dal terremoto che ha colpito quelle zone - a cura dei ragazzi degli oratori Don Bosco delle Ande di Padre Ugo De Censi;
- il progetto "Diocesi di Khulna" in Bangladesh patrocinato da Monsignor Francesco Abbiati e per il quale è stato assicurato l'intervento della Fondazione per la copertura degli interessi del finanziamento concesso dal Credito Valtellinese.

Significativi i contributi anche alla Pontificia Università Gregoriana di Roma, ad Apindustria Vicenza per il Premio Sbabo e a Telethon. Nell'ambito dei rapporti istituzionali segnaliamo a livello nazionale l'adesione al FAI in qualità di Corporate Golden Donor e alle Fondazioni Centesimus Annus Pro Pontefice, Sodalitas, e Sorella Natura, a livello locale alle Fondazioni Provincia e Anna e Michele Melazzini.

**RIPARTIZIONE PER TIPOLOGIA DELLA BENEFICENZA EROGATA PER CONTO DEL CREDITO VALTELLINESE**



Tra le molteplici iniziative si segnalano tra le più significative:

- mostra “Arte senza barriere 2” (Sondrio, Palazzo Martinengo) organizzata dal 5 al 14 aprile dall’AIAS- Associazione Italiana Assistenza Spastici - sezione di Sondrio, con esposizione delle migliori opere, realizzate con varie tecniche da persone disabili provenienti da tutta la provincia e la pubblicazione di una raccolta di poesie e disegni dal titolo “Poesie e dintorni” di Sergio Bongioni;
- mostra “Le bimbe di Terezin. Opere di Angelo Ruga” - allestita presso la sala espositiva di Palazzo Pretorio a Sondrio dal 21 al 29 aprile in occasione della ricorrenza del 25 aprile, per iniziativa dell’Istituto per la Storia della Resistenza e dell’Età Contemporanea;
- mostra “Germinazioni” (Teglio (So) Palazzo Besta) 28 luglio -16 settembre: collettiva di scultura nella decennale ricorrenza delle esposizioni d’arte contemporanea in Palazzo Besta proposte dal Centro Tellino di Cultura;
- mostra “Apocalisse L’ultima Rivelazione”: la Fondazione ha contribuito alla realizzazione dell’evento tenutosi a Illegio (Ud) dal 28 aprile al 30 settembre. Nella mostra sono state esposte anche due opere di proprietà del Credito Valtellinese: il Giudizio Universale della scuola del Campi e l’allegoria dell’inferno di Herri Met de Bles;
- pubblicazione del volume “Dalle profonde radici”, a cura di Vittorio Chiari, presentato a Sondrio sabato 13 ottobre presso il Teatro polifunzionale Don Bosco;
- mostra “A che tante facelle? La Via Lattea tra scienza, storia e arte”, 20 novembre - 1 dicembre, Sala mostre Ligari della Provincia di Sondrio promossa dall’istituto

Pio XII; riproposizione della mostra sulla Via Lattea presentata nella penultima edizione del Meeting di Rimini arricchita da contributi realizzati dagli alunni delle diverse scuole che compongono il Pio XII;

- concerti “C’è ancora musica oggi? 2ª edizione” - ciclo di eventi tenutisi dal 14 al 28 novembre presso la Palazzina Liberty a Milano e di conferenze dal titolo “Conversazioni sulla musica che si scrive e si ascolta oggi”;
  - 47ª Stagione concertistica del Circolo Musicale CID di Sondrio in svolgimento presso l’Auditorium Torelli del Capoluogo dal 14 ottobre 2007 al 9 maggio 2008;
  - convegno “Bullismo... che fare?” - 16 maggio, Sala Melazzini, Palazzo della Provincia di Sondrio, promosso dalla Cooperativa Il Sol.co. e dalla Provincia di Sondrio, durante il quale sono stati presentati anche i dati provinciali sul fenomeno;
  - convegno “Restauro e ritrovamenti tra Ponte e Tirano” - 18 maggio, Sala riunioni del Credito Valtellinese, Tirano (So) organizzato in occasione della settimana dei beni culturali dalla Soprintendenza per il Patrimonio Storico Artistico ed Etnoantropologico della Lombardia occidentale in collaborazione con la Fondazione, il Comune di Tirano e il Museo Etnografico Tiranese;
  - iniziative celebrative del cinquantenario di fondazione della Comunità Europea realizzate dal Comitato per la valorizzazione della Repubblica nel contesto dell’unità europea, al quale ha partecipato in rappresentanza del Credito Valtellinese il Direttore della Fondazione; due convegni: il 24 marzo la tavola rotonda “1957-2007 Cinquant’anni di europa unita” presso la Sala Policampus in via Tonale a Sondrio con relatori il Dottor Aldo Bonomi, l’Onorevole Benedetto Della Vedova e il Professor Giovanni Marseguerra e, il 16 aprile, la conferenza “Il ruolo delle istituzioni dell’Unione Europea” dell’Onorevole Mario Mauro, Vice Presidente del Parlamento Europeo.
- La Fondazione ha inoltre dato supporto anche alle iniziative promosse dal Liceo Scientifico Donegani di Sondrio, per le celebrazioni dell’anniversario dei Trattati di Roma l’incontro-relazione “Unione Europea: integrazione economica e integrazione politica” con il Professor Giovanni Marseguerra svoltosi in Sala Vitali il 27 marzo e la tavola rotonda “Unione Europea: dall’ingegneria delle istituzioni alla formazione della cittadinanza” tenutosi il 30 marzo, presso la sede del Liceo, con l’Onorevole Benedetto Della Vedova e i rappresentanti degli enti patrocinatori tra cui la Fondazione;

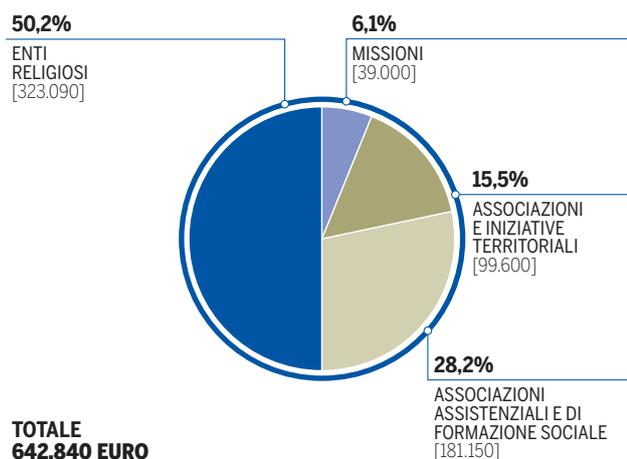
- corsi 2007/2008 della Civica Scuola di Musica della Provincia di Sondrio, che in diciotto anni di attività didattica ha sviluppato un proprio percorso scolastico finalizzato alla sensibilizzazione verso l'arte dei suoni;
- restauro della Chiesa della SS. Trinità di Teregua in Valfurva (So), promosso dall'Associazione omonima, i cui lavori sono iniziati lo scorso 1 ottobre;
- progetto "Il materiale nell'arte: materie e tecniche nella creazione artistica del Duomo di Como" della Fondazione Nicolò Rusca di Como che offre l'opportunità di avvicinarsi al patrimonio della Cattedrale lariana, facendo assurgere la materia a veicolo di bellezza, gusto, cultura e fede tramite conferenze, visite guidate

e laboratori didattici per bambini e ragazzi nel periodo novembre 2007 - febbraio 2008;

- tra le associazioni sostenute rilevano infine Cancro Primo Aiuto, Centro Rita Tonoli - Piccola Opera di Traona, Piccoli Frutti Onlus, Il Muschio Onlus, Associazione Comunità il Gabbiano Onlus - Piona (Lc), Nuova Associazione Culturale Alta Valle - FestTeatro, CAI Sondrio, Casa Luna Cooperativa sociale, Associazione Banco Alimentare della Lombardia Onlus, Il Piccolo Girasole, Il Chicco di Grano, Fondazione Cometa, Famiglia Comasca, Oros onlus, Fondazione Gennari, Azione Cattolica Italiana.

## Interventi segnalati dal Credito Artigiano

### RIPARTIZIONE PER TIPOLOGIA DELLA BENEFICENZA EROGATA PER CONTO DEL CREDITO ARTIGIANO



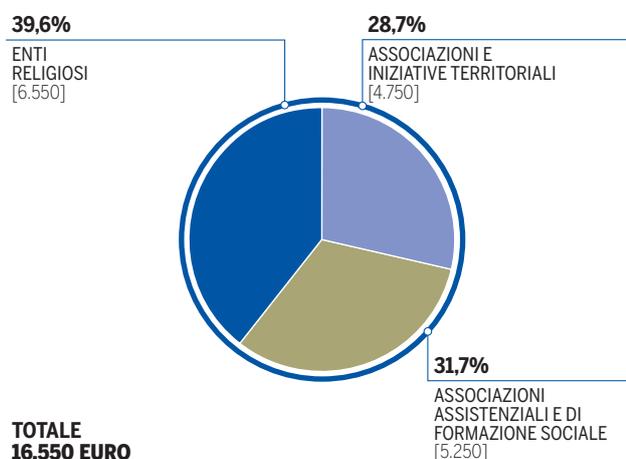
- sostegno all'Arcidiocesi di Milano e alla Curia Arcivescovile di Firenze per le opere caritative seguite dalle rispettive Diocesi;
- sostegno al Vicariato di Roma per le opere della Caritas Diocesana di Roma e del Servizio Pastorale Giovanile Universitaria;
- contributo alla Fondazione per la Formazione Oncologica a sostegno e diffusione della cultura oncologica e per lo sviluppo di progetti nell'ambito della ricerca sui tumori;
- contributo alla Provincia Veneta Compagnia di Gesù a supporto delle molteplici iniziative tra le quali le attività del Centro Culturale San Fedele e l'assistenza ai malati poveri;
- sostegno all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano per il Convegno internazionale di studi e per

l'assegnazione di un premio ai quattro migliori studenti del 2° anno del corso di laurea triennale in economia e gestione aziendale;

- assegnazione di borse di studio all'Università Vita e Salute San Raffaele per studenti "eccellenti" del Corso di Laurea Specialistica in filosofia della mente, della persona, della città nell'anno accademico 2006-2007, alla Fondazione Conservatorio SS. Annunziata di Empoli e alla Fondazione Ruggeri;
- a livello internazionale contributo alla Fondazione Marcello Candia per sostenere le numerose opere seguite dalla fondazione in Brasile e all'Associazione Don Bosco per le attività seguite da Padre Ugo De Censi in Perù;
- sostegno alle attività socio-culturali della Fondazione Giuseppe Lazzati, della Biblioteca Ambrosiana di Milano, della Facoltà Teologica dell'Italia Settentrionale, della Cappella Musicale Fiorentina, della Fondazione Ueco per la Musica Classica (come socio fondatore);
- contributi per opere di restauro alla Cappellania Santa Maria della Pace - Ospedale di Rho (Mi), alla Basilica Sant'Ambrogio, al Centro Orientamento Educativo per la Casa "La Benedicta" di Santa Caterina Valfurva (So);
- erogazioni varie ad associazioni quali Associazione Nazionale per la Difesa della Fanciullezza Abbandonata, Osservatorio sui diritti dei minori, Bambini cardiopatici nel mondo A.I.C.I. onlus, Opera Diocesana Istituto San Vincenzo, Sesta Opera San Fedele per l'assistenza ai carcerati, Servizio Nazionale Cani Guida, Vidas, Lega italiana lotta contro i tumori, Medici senza frontiere, PIME, Caritas Ambrosiana, A.la.tha, Croce Rossa, Croce Bianca, Avis, Comunità San Patrignano, parrocchie ed asili.

## Interventi segnalati dal Credito Siciliano

### RIPARTIZIONE PER TIPOLOGIA DELLA BENEFICENZA EROGATA PER CONTO DEL CREDITO SICILIANO



I contributi assegnati dalla banca sono così ripartiti:

- all'Arciconfraternita del SS. Crocifisso - Basilica SS. Apostoli Pietro e Paolo per la realizzazione della processione del venerdì santo, in Acireale (Ct);
- al Club la Manovella di Acireale per la realizzazione di un "Autoraduno d'epoca alle pendici dell'Etna" evento cui partecipano equipaggi provenienti da tutti i club siciliani e che riveste elevata importanza su tutto il territorio della regione;
- al Lions Club Milazzo per la realizzazione della Campagna Sight First II avente come obiettivo la raccolta di fondi destinati a combattere la cecità infantile;
- alla Casa Sollievo San Camillo di Acireale finalizzata alla realizzazione di una casa-famiglia per senza tetto e persone disagiate tramite la realizzazione e vendita di una raccolta di poesie di una giovane acese scomparsa.

## 2. Attività di orientamento e formazione

### Dettaglio attività orientamento e formazione

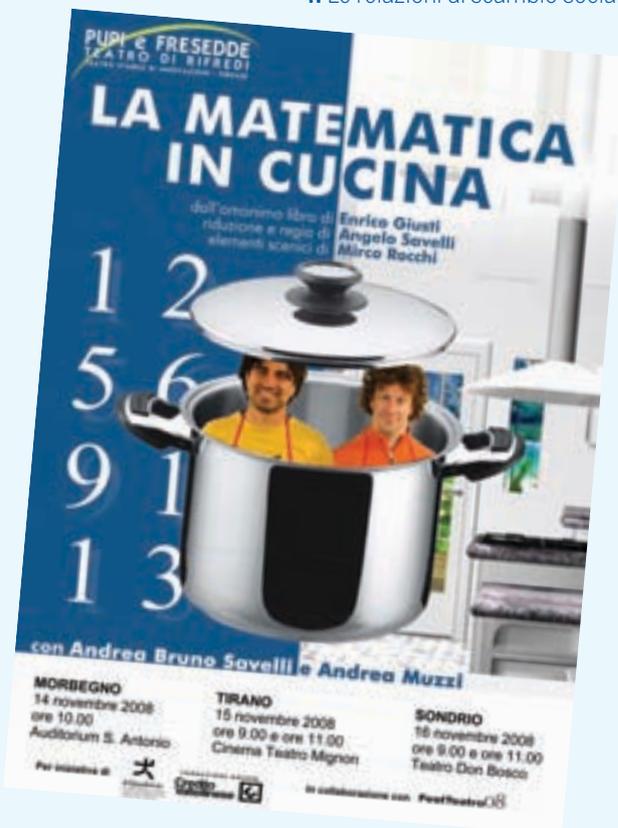
	2007	%
Credito Valtellinese	82.392,0	25,2%
Fondazione Gruppo Credito Valtellinese	245.082,8	74,8%
<b>Totale</b>	<b>327.474,8</b>	<b>100%</b>

DATI IN EURO

L'attività di questo settore della Fondazione si è consolidata in iniziative che stanno ricevendo riconoscimenti a livello nazionale. Significativa la menzione speciale assegnata nel Sodalitas Social Award 2006 per l'attività di orientamento svolta, giudicata come buona pratica di responsabilità sociale d'impresa; il dettaglio dell'evento è riportato nella sezione dedicata alla responsabilità sociale d'impresa (pag.22). Il 13 giugno 2007 la Fondazione Gruppo Credito Valtellinese ha infatti ricevuto a Milano la menzione speciale nella categoria "Programma di partnership nella comunità", per i progetti di Orientamento scolastico Cometa e Argo con la seguente motivazione: "Per aver sviluppato un percorso di orientamento scolastico dedicato agli studenti delle scuole secondarie, al fine di indirizzare concretamente le scelte di studio e di lavoro più consone alle inclinazioni, alle potenzialità e agli interessi dei giovani, tenuto conto delle limitazioni del mercato del lavoro nel territorio". Il premio Sodalitas Social Award, giunto alla quinta edizione, è un premio nazionale che valorizza e mette in luce le migliori esperienze di responsabilità sociale delle imprese italiane. I progetti candidati sono stati 271, divisi in 7 categorie; di questi ben 76 sono quelli che hanno partecipato per la terza categoria "Programma di partnership nella comunità",

che riguarda le iniziative che contribuiscono al miglioramento della qualità di vita della comunità e favoriscono la coesione sociale attraverso partnership con organizzazioni della società civile e/o pubbliche amministrazioni. L'attività de il Quadrivio, il Centro istituito dalla Fondazione per l'Orientamento, verrà inoltre presentata nel testo "Guida per il docente" riferimento annuale per docenti di matematica, edito dalla CEDAM e scritto dai Professori Edi Lisignoli e Luciano Scaglianti. Infine, a testimonianza di come il settore orientamento e formazione stia operando in maniera sempre più diffusa, si ricordano le partecipazioni a seminari e convegni organizzati da altri enti in cui la responsabile, ha presentato l'attività di orientamento della Fondazione, le motivazioni, le finalità e i programmi avviati, con particolare riferimento ai progetti di orientamento scolastico.

Tra questi rilevano il workshop "Una regione per i giovani" organizzato dalla Regione Lombardia il 13 febbraio 2007 a Sondrio, il convegno "L'impresa e i giovani - percorsi di responsabilità sociale" del 20 novembre a Milano nel contesto della Settimana della Cultura di Confindustria, il seminario conclusivo del Salone dell'Orientamento di Acireale "Crescere e scegliere" del 29 novembre. Anche nel 2007 sono stati proposti agli



Istituti Scolastici della provincia di Sondrio i progetti di orientamento ideati da il Quadrivio allo scopo di agevolare le scelte degli studenti per i percorsi di studio e per la professione, attenuando le difficoltà logistiche (distanza dai centri universitari e dalle scuole superiori) e del mercato del lavoro locale (fabbisogni occupazionali poco diversificati e qualificati). Questi sono stati richiesti da un numero maggiore di scuole rispetto allo scorso anno per cui si può oggi affermare che il Quadrivio coinvolge tutti gli studenti delle classi terze delle secondarie di 1° grado e quasi tutti quelli delle classi quarte e quinte delle secondarie di 2° grado. **Cometa**, giunto alla quarta edizione e realizzato in collaborazione con l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, ha ricevuto la totale adesione degli istituti scolastici con 81 classi terze e circa 1.650 alunni. L'attività di orientamento di Cometa coinvolge, oltre agli alunni, insegnanti e famiglie in un percorso formativo articolato e completo e che si svolge da maggio a dicembre. Una recente indagine dell'Amministrazione Provinciale di Sondrio dimostra come sia diminuita la dispersione scolastica nel biennio delle superiori da quando viene realizzato tale progetto, a conferma di come esso rappresenti un concreto supporto alla definizione di una scelta consapevole e adeguata alle caratteristiche personali del singolo studente. Progetti per gli studenti delle scuole superiori sono stati realizzati con la collaborazione della rete di scuole di Sondrio: **Teseo** per le classi quinte consente ai ragazzi di incontrare docenti universitari che illustrano i contenuti delle principali facoltà così da rilevare informazioni mirate e utili alla definizione della scelta;

**Argo**, indirizzato agli studenti delle quarte classi, propone un percorso formativo in cui tramite lezioni, questionari psico-attitudinali ed esercitazioni si favorisce una maggior consapevolezza e conoscenza di sé, necessaria quale base per intraprendere un processo decisionale per l'individuazione di un indirizzo di studi o professionale. In ogni progetto la partecipazione è risultata di circa un migliaio di studenti. Il Quadrivio ha promosso numerose altre iniziative finalizzate all'orientamento, tra cui le più significative sono state:

- spettacolo teatrale "Matematica in cucina" (14, 15 e 16 novembre) proposto per il biennio delle scuole superiori della provincia di Sondrio sulla scia dell'esperienza avviata lo scorso anno con lo spettacolo teatrale "QED - un giorno nella vita di R. Feynman" allo scopo di promuovere lo studio delle materie scientifiche. L'iniziativa è stata realizzata con la collaborazione dell'Associazione Culturale Alta Valle e FestTeatro che ha contattato la compagnia del Teatro stabile dell'Innovazione Rifredi di Firenze. Gli istituti scolastici che hanno partecipato sono stati 12; tutti hanno manifestato notevole interesse per questo spettacolo (5 repliche) tratto dal libro del Professor Giusti e che presenta la matematica nei risvolti pratici della vita quotidiana, in particolare con formule ed equazioni nelle ricette di cucina, sottolineando l'utilità e l'applicazione concreta di tale disciplina;
- matestate 2007 (27-31 agosto), seconda edizione della scuola estiva residenziale per quaranta docenti di matematica della scuola secondaria di secondo grado

della Lombardia, organizzata dall'Ufficio Scolastico Regionale Lombardia, in collaborazione con il CSA di Sondrio e con il sostegno della Fondazione Gruppo Credito Valtellinese, a Tresivio presso il Centro di Formazione del Credito Valtellinese e a Chiesa Valmalenco. Si è trattato di un'attività di ricerca per affrontare l'analisi dei profili di competenze matematiche degli studenti del biennio e condividere un comune quadro di riferimento per la matematica. Anche questa iniziativa si inserisce nel contesto di valorizzazione delle materie scientifiche;

- il corso estivo "Aspettando i test" - 4ª edizione, organizzato in collabo-

razione con la Cooperativa Nicolò Rusca per preparare i giovani diplomati ad affrontare i test di ingresso delle facoltà scientifiche (medicina, veterinaria, professioni sanitarie, ingegneria). Quest'anno l'affluenza è stata di ben quaranta giovani;

- la partecipazione de il Quadrivio alla 5ª edizione del Salone dell'Orientamento scolastico e professionale ad Acireale dal 28 novembre al 1° dicembre, che ha come sempre registrato numerose presenze da parte di studenti cui è stata fornita l'opportunità di una consulenza diretta con psicologi dell'orientamento (si sono effettuati ben 300 colloqui) e di una sintetica autovalutazione tramite

idoneo programma su PC base per approfondire gli elementi utili all'orientamento.

Nel 2007 il Centro il Quadrivio di Acireale ha acquisito una buona notorietà nella zona con un'affluenza costante e un incremento delle presenze rispetto all'anno precedente; molti istituti scolastici richiedono interventi mirati, indirizzando al Centro gruppi di studenti.

Si è infine stipulata una convenzione con il Comune di Acireale, l'Università di Catania e l'Ufficio Scolastico Provinciale di Catania per il progetto "Rete-Orienta" che prevede una serie di azioni formative rivolte agli insegnanti per diffondere un metodo comune di orientamento scolastico.



Lo stand de il Quadrivio al Salone dell'Orientamento di Acireale

Un'altra rilevante attività, realizzata con duplice finalità orientativa e di formazione, è stato il progetto "Geologia e Memoria: la grande frana di Val Pola" messo a punto in occasione della ricorrenza del ventennale della tragedia della Val Pola per le scuole superiori della provincia di Sondrio con la collaborazione della Rete di Scuole e del Dipartimento di Scienze della Terra "Ardito Desio" dell'Università degli Studi di Milano e con la partecipazione di CNR-IDPA (Milano), CNR-IRPI (Torino)

e Consiglio dell'Ordine dei Geologi della Lombardia.

L'iniziativa è stata strutturata in più azioni, rivolte agli studenti e agli insegnanti, mirate alla divulgazione della coscienza identitaria, della conoscenza e della gestione del territorio, dell'ambiente e della vita civile. Il 17 ottobre si è tenuto, alla presenza di relatori di alto livello, esperti, docenti universitari e autorità, il convegno di sensibilizzazione alla memoria e all'identità con il territorio, che ha fornito numerosi spunti

da sviluppare con gli insegnanti nelle singole classi. Contestualmente è stata organizzata una mostra espositiva e multimediale sugli eventi del luglio-agosto 1987 con una decina di pannelli preparati da neo-laureati su aspetti geologici, di opere e normativa per il monitoraggio del territorio e di cronaca dell'evento del 1987. La mostra è stata visitata da numerose classi che hanno usufruito dell'interessante illustrazione da parte dei Professori e degli studenti universitari.



L'aula del Corso di laurea a distanza a Tresivio

Alcuni Istituti Scolastici hanno poi richiesto lezioni di approfondimento presso le loro aule; si stanno programmando escursioni guidate da esperti e docenti dell'Università degli Studi di Milano al luogo della frana di Val Pola, al Centro Monitoraggio di Sondrio e al Centro Interdipartimentale di Chiavenna con attività di laboratorio su sistemi informativi geografici, cartografia geologica automatizzata, analisi di immagini aeree e satellitare geomorfologiche della Valtellina, deformazioni gravitative profonde. L'intero progetto rientra nelle attività sia di carattere formativo che si propongono di sviluppare nei giovani un'affezione al territorio di origine tramite una sua miglior conoscenza, una coscienza storica e un'attenzione maggiore alla sua tutela e conservazione, sia nelle attività di carattere orientativo che intendono avvicinare gli studenti al mondo universitario e far loro comprendere l'offerta delle diverse facoltà, (in questo caso quelle legate alle scienze della terra), per agevolare una scelta consapevole del percorso di studio e professionale.

Tra le iniziative di formazione del 2007 si citano:

- il Corso di laurea a distanza in Scienze della Formazione Primaria che la Fondazione Gruppo Credito Valtellinese ha sostenuto e coordinato presso il Centro di Formazione del Credito Valtellinese a Tresivio (So), per due edizioni a partire dall'anno accademico 2003-04, con l'iscrizione di 60 giovani residenti in provincia, molti dei quali non avrebbero potuto assumersi l'impegno economico e di tempo che avrebbe richiesto una frequenza universitaria a Milano. Ad oggi si sono già laureate dodici ragazze della prima edizione e cinque della seconda tutte con il massimo dei voti e undici con la lode. Tra le iniziative di formazione attuate in provincia di Sondrio questa è certamente di particolare significato in quanto rappresenta l'unico esempio di esperienza universitaria attuata nella modalità didattica di *e-learning*, che ha permesso di garantire una qualificata formazione agli studenti del territorio, ampliando la possibilità

di sbocchi professionali come insegnanti nelle scuole della zona e garantendo il trasferimento ai bambini di un'educazione innovativa e aggiornata.

Grazie alle dotazioni tecnologiche del Centro di Formazione si sono potute trasmettere a Tresivio, in diretta e con modalità interattiva, le lezioni del Corso di Laurea che l'Università Cattolica del Sacro Cuore effettuava nelle sedi di Milano. La laurea ottenuta risulta del tutto equivalente a quella conseguibile presso la sede centrale dell'Università Cattolica e abilita all'insegnamento nella scuola materna dell'infanzia ed elementare primaria.

L'esperienza del Corso di Laurea in Scienze della Formazione Primaria ha dimostrato inoltre che è perseguibile sul territorio locale l'attivazione di iniziative di formazione di eccellenza, decentrando le qualificate competenze universitarie, di docenza e di ricerca con modalità didattiche nuove e diversificate consentite dai moderni strumenti tecnologici;



- il corso di perfezionamento “Educazione alla teatralità - la consapevolezza del sé” dell’Università Cattolica di Milano, realizzato con diverse metodologie didattiche: in videoconferenza presso il Centro di Formazione a Tresivio, nella parte laboratoriale, con attività pratiche in presenza di un’esperta presso l’Oratorio Don Bosco di Sondrio e con lezioni on-line. Il corso è stato erogato contemporaneamente dall’11 gennaio al 28 giugno a Milano, a Lucca e a Benevento, sotto la Direzione Scientifica dei Professori Alessandro Antonietti, Giuseppe Farinelli, Cesare Scurati e il Coordinamento Scientifico del Professore Gaetano Oliva, docente di Storia del teatro e dello spettacolo, Drammaturgia, Teatro di Animazione e Organizzazione ed Economia dello Spettacolo presso l’Università Cattolica del Sacro Cuore. La partecipazione all’edizione di Sondrio è stata possibile grazie alla Fondazione Gruppo Credito Valtellinese per cui, attraverso un ciclo di lezioni settimanali, una ventina di valtellinesi iscritti, ha potuto acquisire competenze e conoscenze tecniche proprie del teatro da sperimentare nella vita quotidiana e nella professione per migliorare le capacità di reazione, flessibilità e relazione interpersonale. Il teatro è infatti considerato uno dei mezzi più idonei per sviluppare creatività e consapevolezza espressiva che i ritmi e le dinamiche che caratterizzano la società. Ai partecipanti laureati che hanno frequentato il 75% delle ore di lezione e hanno superato l’esame finale è stato rilasciato un attestato di perfezionamento dell’Università Cattolica del Sacro Cuore che consente di ottenere

- 2 punti per le graduatorie permanenti provinciali e i benefici previsti per le graduatorie di Istituto;
- il corso modulare “Tesori della fede. I beni culturali ecclesiastici in provincia di Sondrio”, che ha rappresentato un fondamentale appuntamento di formazione per gli argomenti trattati e per l’elevata competenza dei relatori. Patrocinato dalla Diocesi di Como, dal Comune di Sondrio e dall’Assessorato Istruzione e Cultura della Provincia di Sondrio, il corso si è tenuto in sei lezioni monografiche e tre visite guidate dal 21 marzo al 16 maggio con la presenza di qualificati relatori (don Saverio Xeres, don Andrea Straffi, Simonetta Coppa, Cecilia Ghibaudi, Andrea Ilari, Alessandra Pellegrini, Renata Girola, Angela Dell’Oca, Augusta Corbellini, Guido Scaramellini) e il coordinamento di Francesca Bormetti; ha inteso diffondere la conoscenza delle opere di interesse religioso presenti in provincia, presupposto necessario per la loro valorizzazione. Molti dei contenuti esposti risultavano inediti e, per la prima volta, si è riusciti a correlare gli aspetti storici, religiosi, artistici, sociali che hanno condizionato la realizzazione delle opere, importanti e minori, della provincia di Sondrio. Si sono inoltre forniti riferimenti per la tutela e conservazione delle opere e, nelle due lezioni finali, indicazioni operative per l’attivazione di iniziative promozionali e di marketing culturale, nonché di raccolta fondi per il sostegno delle stesse. Le visite guidate al Museo valtellinese di storia e arte di Sondrio, alle chiese e al museo di Ponte in Valtellina, alla collegiata di S. Lorenzo e al Tesoro di Chiavenna



hanno consentito di apprezzare dal vivo le opere e di verificare sul campo gli elementi teorici acquisiti.

La partecipazione di un centinaio di iscritti (tra cui restauratori, storici ed esperti d'arte, studenti universitari, insegnanti, operatori di musei e biblioteche) è stata assidua e molto interessata. L'iniziativa ha costituito anche occasione per assemblare una bibliografia "ad hoc" sufficientemente completa ed esaustiva. Inoltre, anche per le pressanti richieste di documentare le lezioni del corso, vi si è dedicato il quinto numero del periodico della Fondazione "i temi";

- il Concorso "Fai conoscere il tuo paesaggio", indetto per dare continuità al tema e agli obiettivi del corso "Conoscere il paesaggio", realizzato lo scorso anno in collaborazione con la Fondazione "L. Bombardieri" e con la SEV e patrocinato dal CAI Sezione di Sondrio e dall'Ufficio Scolastico territoriale, ha visto l'adesione di 22 gruppi di alunni delle scuole elementari e secondarie. L'obiettivo di incentivare la realizzazione di attività didattiche per gli alunni delle elementari e delle secondarie volte a valorizzare brani di paesaggio della provincia di Sondrio è stato pienamente raggiunto: tutti gli elaborati sono stati apprezzati per l'originalità e la completezza dei contenuti trattati e per presentazioni prevalentemente multimediale. I vincitori (2<sup>a</sup> elementare dell'Istituto Comprensivo di Tirano, gli alunni di 1<sup>a</sup> A della scuola media Ligari a pari merito con gli alunni della 3<sup>a</sup> C della scuola media di Ardenno (So) e gli alunni della 4<sup>a</sup> classe del liceo scientifico Donegani) hanno vinto un soggiorno di 2 giorni presso un rifugio alpino;

- il progetto "Teatro Incontro" promosso in collaborazione con L.A.VO.P.S per veicolare nei contesti scolastici metodologie di educazione teatrale finalizzate a favorire lo sviluppo della socializzazione, della consapevolezza del sé e dell'ascolto dell'altro, del rispetto delle cose e delle persone e della cooperazione, fattori basilari per il volontariato, ma anche più in generale per la cittadinanza attiva. Il progetto propone percorsi di formazione rivolti agli insegnanti e ai giovani attraverso i linguaggi dell'arte teatrale, ritenendo il teatro luogo simbolico privilegiato per l'apprendimento di un agire libero, creativo e non violento, orientato ad una cultura della solidarietà e della pace.

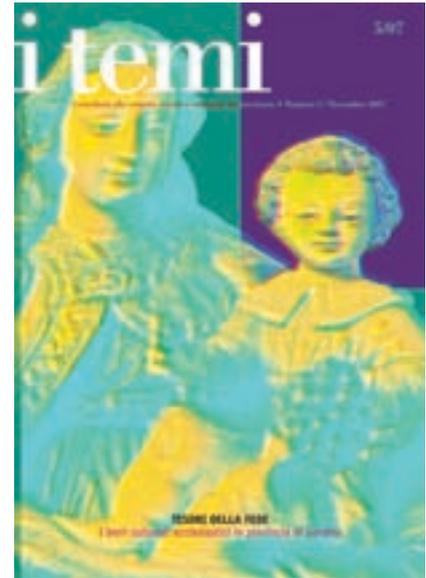
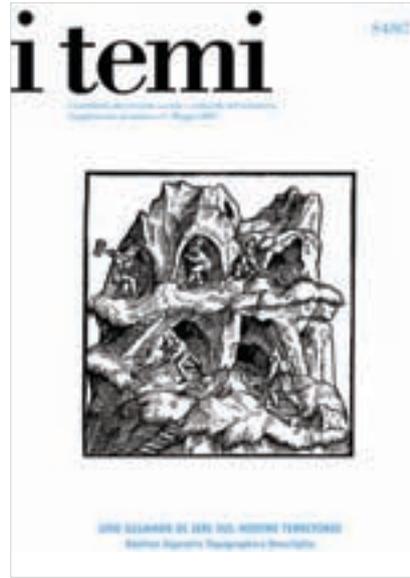
Le azioni del progetto sono rivolte agli studenti delle superiori e ai loro insegnanti e sono articolate in:

- un corso di sensibilizzazione per insegnanti;
- presentazioni e sensibilizzazioni nelle classi;
- laboratori teatrali sperimentali nelle scuole in orario curricolare.

Tale iniziativa, specificatamente formativa, si colloca nella linea intrapresa dalla Fondazione di promuovere una sana crescita valoriale dei giovani tramite tecniche e metodi adeguati alla loro fase di età e di apprendimento, già sperimentati con il corso "Educazione alla teatralità - la consapevolezza del sé".

Il settore orientamento e formazione offre inoltre la propria competenza ad iniziative promosse da altri enti:

- proseguendo la collaborazione nella partnership del "Polo Formativo territoriale per lo sviluppo integrato della provincia di Sondrio" che vede l'Amministrazione provinciale di Sondrio come ente capofila in un'associazione di imprese, istituti scolastici, enti formativi, enti territoriali, enti no profit e università. La Fondazione contribuisce sia finanziariamente, sia con funzione di indirizzo e di monitoraggio dell'intero progetto; sostiene inoltre la realizzazione dei due corsi di Formazione Specialistica e di Tecnica Superiore (IFTS) in Tecnico della Bioedilizia e in Tecnico ITC, progettati in risposta alle esigenze occupazionali e di sviluppo del territorio;
- continuando la supervisione e la consulenza dell'attività di Internet Saloon a Sondrio per conto del Credito Valtellinese (che ha rinnovato, visto il successo dell'iniziativa, la convenzione con AIM e Comune di Sondrio) e a Milano per conto del Credito Artigiano. Nel 2007 è cresciuta l'offerta formativa aggiungendo nuovi corsi informatici a quelli consolidati e a Sondrio, in risposta alle numerose richieste, si sono ampliati i requisiti dell'età aprendo le iscrizioni anche agli ultratrentenni - un dettaglio, comprensivo delle innovazioni verificatesi nell'anno, è presentato a pg 21;



- Internet Saloon rappresenta anche un centro di aggregazione sociale, favorita da iniziative collaterali quali la Festa della Donna, la Giornata dei nonni, il Concorso di Natale, le visite guidate a mostre e località di interesse culturale e storico. A giugno si sono celebrati i tre anni di attività del centro di Sondrio con una manifestazione ad hoc e la premiazione dei superdiplomati;
- l'annuale appuntamento in teleconferenza con Telefisco, giunto alla 16a edizione, si è tenuto a Sondrio il 30 gennaio ed è stato esteso anche ad Acireale e a Vicenza, l'argomento "La finanziaria 2007 e le altre novità per imprese e professionisti", trattato da esperti e pubblicitari de il Sole 24 Ore, è stato seguito come di consueto da un folto numero di operatori economici e professionisti;
- il coordinamento della sfida delle scuole aderenti in provincia di Sondrio al "Campionato di giornalismo" promosso da "il Giorno" nell'anno scolastico 2006-07 e la partecipazione valutativa generale nella giuria nell'edizione del corrente anno scolastico. L'iniziativa, di cui il Credito Valtellinese è partner, coinvolge le scuole secondarie di 1° grado delle province di Varese-Como, Lecco, Bergamo-Brescia, Milano, Lodi-Pavia, Sondrio con l'obiettivo di avvicinare le nuove generazioni alla lettura dei quotidiani. Viene organizzata una competizione tra gli istituti scolastici aderenti, che consente la pubblicazione di una pagina del giornale predisposta dagli oltre 23.000 studenti coinvolti. Ogni settimana una giuria (tra cui una componente della Fondazione) decide i vincitori che sono poi premiati con una cerimonia a fine campionato. Nel 2007 è stata premiata la scuola media dell'Istituto Comprensivo "Visconti Venosta" di Grosio. Allo scopo di dare completezza all'indagine a suo tempo realizzata su "Identità e aspirazioni dei giovani valtelli-

nesi" tra gli adolescenti in età scolare e per ricavare utili informazioni per l'attività di orientamento del Centro il Quadrivio si è avviata la ricerca su "Giovani adulti - autonomia e lavoro", affidata per la parte di competenza al Professor Assunto Quadrio Aristarchi, direttore del Centro di Scienze cognitive e della comunicazione dell'Università Cattolica di Milano.

Lo scopo è di rilevare elementi informativi sulla situazione di autonomia, di studio e/o di lavoro dei giovani tra i 19 e i 30 anni in provincia di Sondrio. In una prima fase la ricerca viene promossa in partnership con il Comune di Sondrio, che sta conducendo il progetto "Diritti al futuro" voluto dal Ministero per le politiche giovanili, mirante a definire azioni a supporto dell'autonomia e dell'occupazione dei giovani mediante il coinvolgimento di tutti i comuni del distretto di Sondrio. In un secondo momento la Fondazione estenderà l'indagine al resto della popolazione interessata della provincia di Sondrio.

Tra le sue attività il settore orientamento e formazione cura la redazione e la pubblicazione del periodico "i temi", ideato per diffondere anche ai non addetti ai lavori tematiche di interesse sociale e culturale approfondite nelle iniziative della Fondazione. I numeri del 2007 riguardano, in ordine di pubblicazione:

- il tema del paesaggio trattato nel corso "Conoscere il paesaggio - l'ambito geografico valtellinese";
- il suo supplemento che riporta la traduzione dell'opera *Raetiae alpestris topographica descriptio* scritta in latino da Ulrich Campell nel 1572, tradotta dagli studenti liceali che hanno vinto il primo premio del concorso "Fai conoscere il tuo paesaggio", concernente una descrizione accurata delle località valtellinesi dell'epoca;
- i beni culturali-artistici ecclesiastici della provincia di Sondrio, esaminati in occasione del corso "Tesori della fede".

### Borse di studio e premi

Allo scopo di sostenere e favorire la prosecuzione degli studi, la Fondazione eroga anche borse di studio per:

- figli di emigrati valtellinesi all'estero in collaborazione con l'Amministrazione provinciale di Sondrio. Nel 2007 sono state assegnate 15 borse di studio di 550 euro ciascuna a favore di giovani frequentanti scuole superiori e università in Svizzera e in Argentina;
- studenti figli di associati della Famiglia Valtellinese di Roma: 20 borse di studio, di cui 15 a laureati, 3 a ragazzi delle secondarie di 2° grado e 2 a studenti delle secondarie di 1° grado particolarmente meritevoli;

- premio Credito Valtellinese - Arturo Schena: i vincitori dell'edizione 2006, premiati in occasione dell'Assemblea dei Soci della Capogruppo in aprile, sono risultati quattro ex-aequo per opere che

hanno contribuito al prestigio e alla valorizzazione della provincia di Sondrio (art. 3 del regolamento) e quattro ex-aequo per tesi di laurea che hanno dimostrato particolari capacità.



I vincitori del Premio Schena

### 3. Attività culturali ed artistiche

Attività culturali ed artistiche	2007	%
Credito Valtellinese	333.420,43	17,61%
Credito Siciliano	207.391,46	10,95%
Credito Artigiano	111.748,00	5,90%
Deltas	321.944,55	17,00%
Fondazione	919.051,38	48,54%
<b>Totale</b>	<b>1.893.555,82</b>	<b>100,00%</b>

DATI IN EURO

Il 2007 è stato un anno particolare per il settore culturale e artistico della Fondazione, impegnato nelle iniziative celebrative del ventennale dell'attività espositiva, oltre che nella realizzazione di numerose pubblicazioni. Per quanto riguarda l'attività editoriale è stata curata, nell'ambito delle collane, la realizzazione di opere di grande interesse:

- "Economia e società in Valtellina e contadi nell'Età moderna" - volume n.12 della collana storica della Fondazione a cura di Guglielmo Scaramellini e Diego Zoia con il quale la Fondazione ha inteso dare una rappresentazione del periodo che coincide con i tre secoli di unione della Valtellina ai Grigioni il più vicino possibile alla effettiva realtà economico-sociale. Il primo

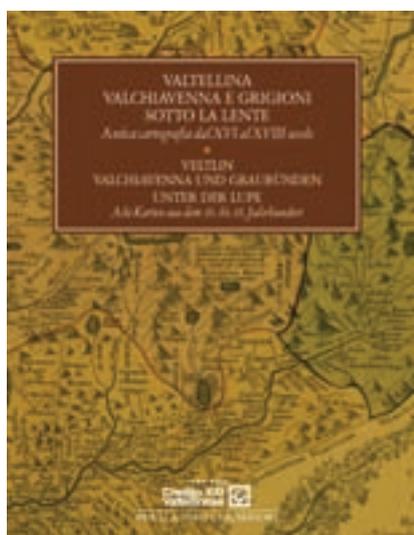
volume rivolge particolare attenzione agli aspetti ordinamentali, ivi compresa l'amministrazione della giustizia nonché gli estimi, particolarmente accurati, la moneta e il credito, i dazi e le finanze locali, i pesi e le misure, la proprietà e l'economia mista dei borghi, quella viticola e quella a prevalente indirizzo silvo-pastorale, nonché le altre attività economiche.

Il secondo volume contiene una serie di approfondimenti sul clima valtellinese, sulla religiosità con particolare riguardo alla normalizzazione tridentina, sui vari tipi di coltivazione, sui transiti e le comunicazioni, sulla cultura e istruzione delle classi elevate e popolari. L'immagine che se ne ricava è quella di una moltitudine

di piccole comunità, tra le quali emergevano i capoluoghi di terziere nonché Chiavenna e Bormio, che si configuravano come i centri di maggiore rilevanza economica. È poi allegato, per gli studiosi e operatori culturali, un cd con la riproduzione di numerosissima documentazione. La presentazione del volume si è tenuta il 9 marzo a Sondrio, presso la Sala dei Balli di Palazzo Sertoli, con interventi del Presidente Avvocato Francesco Guicciardi e dei due curatori. Il volume è stato anche distribuito in 1.400 copie ai Soci intervenuti all'Assemblea del Credito Valtellinese del 21 aprile e presentato il 10 agosto alla Famiglia Valtellinese di Roma e il 26 agosto a Valfurva all'assemblea della Società Storica

Valtellinese. L'opera è stata anche inserita nella biblioteca del Laboratorio di Storia delle Alpi e inventariata nel sistema informatico della rete delle biblioteche del cantone Ticino - e quindi consultabile da tutti i ricercatori interessati;

- “Valtellina Valchiavenna e Grigioni sotto la lente. Antica cartografia dal XVI al XVIII secolo” - Priuli & Verlucca Editori per il Credito Valtellinese - Collana storica (fuori collana). Il volume, curato da Silvia Bianchi con testi di Giorgio Aliprandi e Guido Scaramellini, si inserisce nel panorama delle iniziative promosse per celebrare il centenario della fondazione del Credito Valtellinese. La storia della banca è strettamente legata alle vicende del territorio dove è nata e continua ad operare e questo studio sulle raffigurazioni cartografiche delle valli vuole testimoniare un secolare rapporto di simbiosi caratterizzato da sviluppo economico e crescita costante.



- Ogni raffigurazione geografica racchiude un'infinità di informazioni storiche, socio-economiche e linguistiche. Questo lavoro, seguendo un progetto organico di ricerca e di approfondimento, costituisce un ulteriore tassello per la conoscenza del variegato periodo storico durante il quale la Valtellina è stata aggregata allo stato delle Tre Leghe. Oltre ad assumere rilevanza dal punto di vista dello studio specialistico, questa illustrazione cartografica rappresenta un utile strumento di comprensione storica che si aggiunge ad alcuni studi promossi dal nostro Istituto. Il 20 novembre si è svolta, presso la Sala Vitali del Credito Valtellinese, la presentazione del volume;
- “Il Santuario della Madonna delle Grazie di Primolo” - Edizione Parrocchia di Primolo per il Credito Valtellinese - Collana celebrativa (autori Francesca Bormetti e Saveria Masa con un saggio teologico di Battista Rinaldi; introduzione di Saverio Xeres, fotografie

di Federico Pollini). Il volume, fortemente voluto dal parroco di Primolo don Alfonso Rossi e realizzato con il sostegno del Credito Valtellinese e di altri sponsor, indaga per la prima volta il santuario della Madonna delle Grazie di Primolo, edificio di epoca barocca che, a partire dal 1688, si impose come principale centro di devozione mariana della Valmalenco. Il santuario non era mai stato oggetto di uno studio approfondito e, a parte le poche notizie tramandate dalla tradizione, poco o nulla si conosceva della sua storia e tanto meno del contesto all'interno del quale maturò l'idea di costruirlo. La presentazione si è svolta a Chiesa Valmalenco;

- “Cave” - Silvana Editoriale per il Credito Siciliano - Collana artistica. Testi di Antonio Boscacci, Paolo Giansiracusa e Giovanna Calvenzi. Stefania Beretta, incaricata di analizzare il territorio siciliano attraverso la moltiplicazione delle immagini, restituisce lo spazio,

la cava imponente e solenne. Nelle sue immagini la natura, il cielo, l'affastellarsi di volumi e di linee costruiscono paesaggi esotici e misteriosi, senza tempo. Marco Anelli ha tradotto in immagini le articolate architetture delle cave valtellinesi; la scultura celata in ogni blocco di marmo viene esaltata da una fotografia poetica e rigorosa al tempo stesso. La verticalità della montagna si confronta con le rare presenze umane, figure senza tempo che ripetono gesti uguali nei secoli, con la stessa fatica;

- “La Galleria d'Arte Moderna e la Villa Reale di Milano” - Silvana Editoriale per il Credito Artigiano - Collana artistica. La Villa Reale di Milano, capolavoro dell'architetto viennese Leopoldo Pollack, è certamente una delle maggiori espressioni della civiltà neoclassica in Europa. Questo luogo denso di memorie storiche e di suggestioni è risorto, dopo un lungo periodo di decadenza,



Per l'attività espositiva il 2007, come già ricordato, è stato l'anno del ventennale delle Gallerie del Gruppo, la cui celebrazione è iniziata alla fine del 2006 con la pubblicazione e presentazione del volume "20 Gallerie Gruppo Credito Valtellinese 1987-2007", proseguita con la presentazione alla stampa del programma espositivo avvenuta a Milano il 16 febbraio 2007 e conclusasi lo scorso 15 dicembre con l'inaugurazione della grande mostra "Ultime Ultime Cene".

Il programma espositivo 2007 delle tre Gallerie del Gruppo ha seguito una linea di continuità caratterizzata da alcuni elementi che ricorrono nel tempo:

- collaborazione con istituzioni culturali italiane e straniere quali la Fondation des Treilles e l'Istituto milanese Martinitt, Stelline e Pio Albergo Trivulzio, istituzione assistenziale milanese la cui sede era in passato collocata all'interno del palazzo delle Stelline;
- ricerca e innovazione, generando interesse su temi nuovi e poco conosciuti e studiati. In quest'ottica è stata realizzata negli spazi espositivi di Sondrio e Acireale una mostra fotografica dedicata al tema delle cave, esplorate dall'occhio di due giovani fotografi, Marco Anelli e Stefania Beretta: un gemellaggio tra le cave della Provincia di Sondrio e le latomie siciliane, un connubio tra arte e territorio che ricorre anche nelle mostre proposte a Sondrio dedicate alle Alpi nell'ambito delle celebrazioni di Sondrio città alpina per l'anno 2007;
- giovani artisti offrendo spazio a giovani di talento, in modo particolare residenti sul territorio valtellinese dove le occasioni di "emergere" sono più limitate rispetto ad altri territori;

grazie alla sua destinazione come museo dell'ottocento. Vi sono documentate le grandi stagioni figurative vissute dalla città: il Neoclassicismo con Andrea Appiani e Giuseppe Bossi, il romanticismo con Francesco Hayez e quello estrosamente rivoluzionario del Piccio. E poi il realismo dei due fratelli Domenico e Gerolamo Induno; la scapigliatura di Tranquillo Cremona e di Daniele Ranzoni e, sul finire del secolo, il confronto tra il simbolismo di Gaetano Previati e Giovanni Segantini e la grandiosa pittura sociale di Angelo Morbelli e di Giuseppe Pellizza da Volpedo, ma è anche un grande museo della scultura documentata nelle sue trasformazioni dal bello ideale di Canova all'"impressionismo" di Medardo Rosso. Il volume ripercorre, oltre che la storia dell'edificio, il suo recente recupero e le vicende delle raccolte.



- ricordare il passato e le radici delle Gallerie con una mostra dedicata al tema del cenacolo che ricorda i 20 anni di attività espositiva iniziata nel 1987 con la mostra di Warhol e conclude le celebrazioni di questo importante traguardo.

# CAVE/

MARCO  
ANELLI  
STEFANIA  
BERETTA



L'ingresso della Galleria Credito Siciliano di Acireale

Per l'occasione è stato anche coniato uno specifico marchio che prende proprio spunto dall'opera di Warhol, *The last supper*, della collezione Credito Valtellinese e ha accompagnato su tutto il materiale di comunicazione, l'attività espositiva 2007 delle Gallerie del Gruppo, che non hanno finalità commerciale, ma lo scopo di avvicinare quante più persone possibili all'arte intesa nel suo significato più ampio - a tal fine sono offerte anche visite guidate per scuole e gruppi: un modo diverso di esprimere il brand aziendale, che ha avuto

inizio proprio 20 anni fa quando, per far conoscere una piccola banca che si affacciava sul mercato milanese, la scelta innovativa fu di utilizzare questi spazi appena restaurati per esposizioni, non per sponsorizzare ma per produrre in proprio eventi. Questo è tuttora il modo di procedere della Fondazione, che ha preso il testimone dell'attività, facendo crescere risorse interne e operando con criteri museali. La Galleria Credito Valtellinese di Sondrio ha proposto la mostra fotografica, allestita dal 20 aprile al 16 giugno, "Cave/Marco

Anelli Stefania Beretta", un'iniziativa di interessante spessore culturale promossa, con la collaborazione dell'agenzia Grazia Neri, raccontando realtà territoriali poco conosciute e lontane dalla quotidianità e creando un parallelo tra due zone di forte presenza del Gruppo quali provincia di Sondrio e la Sicilia. Le opere fotografiche degli autori Anelli e Beretta sono state acquisite rispettivamente dal Credito Valtellinese e dal Credito Siciliano, arricchendo le loro collezioni d'arte. Ha poi fatto seguito "Luca Conca. Doppio sguardo", la

Daniel Spoerri con i vertici del Gruppo nell'ambito della mostra "Ultime Ultime Cene"



personale del giovane artista valtellinese che si inquadra nell'ambito delle iniziative della Fondazione volte a promuovere le diverse forme d'arte e soprattutto creare concrete possibilità per i giovani artisti meno conosciuti. Dal 26 settembre al 30 novembre si è svolta "Immagini, Forme e Natura delle Alpi" - tre artisti (Simon Starling, Velasco Vitali e Marco Gastini) e tre installazioni legate al tema della montagna, mostra inserita nel programma di celebrazione di Sondrio Città Alpina 2007 e del centenario della banca. Il catalogo della mostra, edito da Electa per Fondazione, è stato presentato il 29 novembre dal curatore Danilo Eccher presso la Sala dei Balli di Palazzo Sertoli a Sondrio. Ha chiuso la stagione la mostra inaugurata il 13 dicembre, "Viaggio di Meyer", che attraverso le immagini fotografiche di Dominique Laugè ripercorre i viaggi di J.J. Meyer del 1800. Un cofanetto, edito dalla Fondazione, con la riproduzione anastatica delle incisioni di Meyer e le foto di Laugè accompagna l'evento. Le mostre sono state prodotte dalla Fondazione in collaborazione con il Comune di Sondrio Museo valtellinese di storia e arte.



Inaugurazione della mostra "Immagini, Forme e Natura delle Alpi" a Palazzo Sertoli - Sondrio





La Galleria Gruppo Credito Valtellinese di Milano Stelline ha aperto la stagione espositiva dal 2 marzo al 30 maggio con la mostra “Collection de Passions. Passions de Collections”, l’importante collezione d’arte della Fondazione Des Treilles, luogo magico situato vicino a Tourtour nel Sud della Francia. L’iniziativa rientra nell’ambito di una collaborazione che lega la Galleria alla Fondazione Des Treilles - un legame che risale a Alexandre Iolas, consigliere di Anne Gruner Shlumberger per la creazione della sua collezione. La mostra è stata patrocinata dalla Presidente della Fondazione, Maryvonne de Saint-Pulgent, e curata da Daniel Giraudy

e per l’Italia da Dominique Stella. Il catalogo, a cura della Fondazione Gruppo Credito Valtellinese, presenta le opere in mostra, ricordandone la storia, strettamente collegata al realizzarsi del grande “sogno impossibile” di Anne Gruner Shlumberger. Dal 14 settembre al 27 ottobre è stata ospitata “La vita fragile. Immagini, ambienti, testimonianze di Martinitt, Stelline e Pio Albergo Trivulzio nella Milano del lungo Ottocento” prodotta dall’Azienda di Servizi alla Persona Istituti Milanesi Martinitt e Stelline e Pio Albergo Trivulzio, in collaborazione con la Fondazione Gruppo Credito Valtellinese, che ne ha curato il progetto espositivo e di comunica-

zione, e la Fondazione Stelline e con il Patrocinio del Comune di Milano, della Provincia di Milano e della Regione Lombardia.

L’esposizione, inaugurata il 13 settembre alla presenza delle istituzioni, è stata inserita nel più ampio programma di manifestazioni ospitate a Milano nello storico Palazzo delle Stelline in corso Magenta, nello stesso luogo che fu sede dell’omonimo orfanotrofo. Di particolare rilevanza la scelta di allestire la mostra, in modo del tutto innovativo, nell’ex-refettorio delle stelline ora Galleria Gruppo Credito Valtellinese.

Il 15 dicembre si è inaugurata infine la già ricordata mostra “Ultime Ultime cene”, che, in occasione dei primi venti anni di attività della Galleria, la Fondazione ha organizzato per presentare non solo il capolavoro di Warhol ma anche opere che, intorno al medesimo tema, vedono impegnati artisti come Avalu, Finotti, Laugé/Manzi, Nitsch, Raysse, Recalcati, Spoerri, Velasco. L’innovativa proposta culturale nasce da una comune idea della Soprintendenza per i Beni Architettonici e il Paesaggio e della Fondazione Gruppo Credito Valtellinese, unita alla volontà di collaborare con i Padri Domenicani del vicino Convento di Santa Maria delle Grazie. La mostra - curata da Philippe Daverio con Dominique Stella - si è sviluppata negli spazi della Galleria, nel Chiostro delle Stelline (antistante la Galleria) e nel Refettorio del Convento di Santa Maria delle Grazie dove, fronte a fronte con l’Ultima Cena di Leonardo, è stata riproposta l’interpretazione del capolavoro che Andy Warhol realizzò nel 1987, di proprietà del Credito Valtellinese. All’interno della Piccola Sacrestia, presso il Convento di Santa Maria delle Grazie, è stata presentata la nuova opera “Heureux Rivages” di Martial Raysse sul tema del “pane e vino” e alla Galleria Gruppo Credito

Valtellinese opere recenti, alcune delle quali realizzate per l'occasione, di artisti italiani e non: Daniel Spoerri, Antonio Recalcati, Novello Finotti, Filippo Avalle, Velasco. L'opera "Voies d'hommes" di Dominique Laugé e Valeria Manzi traccia i cammini degli Apostoli. La mostra, che si è chiusa il 16 febbraio 2008, è accompagnata da una raccolta di cataloghi, uno per ogni artista presente.

La Galleria Credito Siciliano di Acireale ha presentato le mostre "40.20.06 Bueno, Ragusa e Gattuso lo Monte", già allestita a Sondrio nel dicembre 2006, a cura di Philippe Daverio, dedicata ai lavori di Raffaele Bueno, Giovanni Ragusa e Giuseppe Gattuso Lo Monte che si compone di circa centocinquanta opere tra dipinti, sculture e disegni e, dal 14 luglio al 27 ottobre, "Cave/Marco Anelli Stefania Beretta", mostra fotografica sul tema delle cave e miniere, anch'essa proposta prima presso la Galleria Credito Valtellinese.

Sempre nell'ambito delle attività espositive, la Fondazione ha curato la realizzazione, presso il Castel Masegra, della mostra "Le Alpi davanti", in occasione dell'elezione della città di Sondrio a Città Alpina per l'anno 2007 e nell'ambito delle celebrazioni del centenario della banca, con la collaborazione del Museo valtellinese di storia e arte e con il patrocinio del Comune di Sondrio. La mostra fotografica e documentaria, a cura di Antonio Boscacci, si proponeva di approfondire il tema del viaggio nelle sue accezioni più ampie sconfinando dall'esplorazione al turismo moderno, attraverso parte dei documenti e fotografie già esposte dalla Fondazione Gruppo Credito Valtellinese nel corso della mostra "Un secolo di Turismo in Valtellina" realizzata in occasione dei Mondiali di sci del 2005. Una sezione speciale è stata dedicata all'Archivio Alfredo Corti e all'esposizione di dodici tavole panoramiche inedite

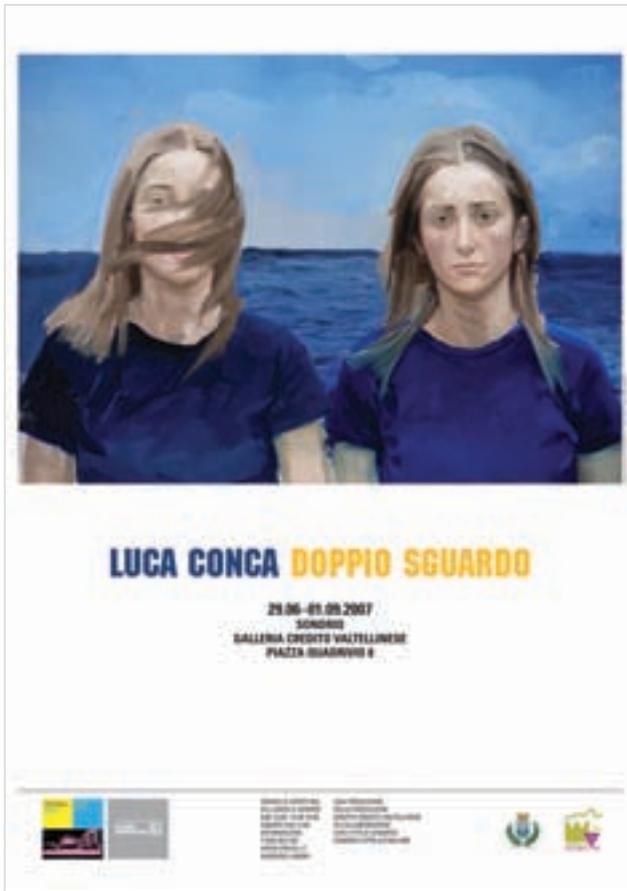


di Jacopo Merizzi in grado di offrire una visione aerea di forte suggestione delle principali vette dell'arco alpino settentrionale e meridionale. L'allestimento, di forte impatto visivo e comunicativo, è stato appositamente creato per divenire parte integrante della mostra. L'esposizione, aperta dal 30 maggio al 2 dicembre, ha visto anche due serate speciali - il 16 giugno Letture e musica e il 15 settembre lo spettacolo di danza contemporanea "Niente paura cara signora, ce n'è un altro tra un quarto d'ora". Una versione speciale di questa mostra è stata ospitata a Chiareggio (So) presso La Truna, in collaborazione con l'Associazione Amici di Chia-

reggio, dall'8 agosto al 2 settembre 2007.

La Fondazione, nell'ambito della sua funzione di gestione e valorizzazione del patrimonio artistico del Gruppo, ha inoltre curato sabato 6 ottobre la manifestazione Invito a Palazzo, promossa dall'ABI sotto l'Alto Patronato del Presidente della Repubblica e con il Patrocinio del Ministero per i Beni e le Attività Culturali e del Ministero della Pubblica Istruzione.

Il percorso ha previsto quest'anno anche la visita alle mostre "Immagini, Forme e Natura delle Alpi" allestita presso la Galleria Credito Valtellinese e la sala dei Balli di Palazzo Sertoli, Palazzo Pretorio e il Museo



valtellinese di storia e arte e “Le Alpi davanti” allestita a Castel Masegra. È proseguita anche l’attività di acquisizione di opere d’arte antica e moderna: per il Credito Valtellinese le fotografie di Marco Anelli e di Dominique Laugè realizzate rispettivamente per le mostre “Cave” e “Viaggio di Meyer”, il dipinto seicentesco “Deposizione” di Carlo Carlone, i dipinti del ‘700 “Educazione di S. Anna” e “Madonna col Bambino e Santi” di Giuseppe Antonio Petrini, il dipinto “Pareti Nord, Pizzo Bernina” di Velasco, l’opera parietale “Ultima cena” di Avalle; per il Credito Artigiano una serie di stampe antiche con vedute relative alle città dove la banca è presente (Milano, Firenze e Roma) e alcune opere dell’artista pavese Sandra Tenconi; per il Credito Siciliano il dipinto “Gatoparve” di Francesco Lauretta, esposto nella collettiva Sicilia! lo scorso anno, e le fotografie di Stefania Beretta sulle cave siciliane, oltre ad una serie di stampe antiche.

#### Iniziative per il centenario del Credito Valtellinese

Le celebrazioni legate al centenario prevedono un fitto programma di iniziative - in campo culturale, artistico, sportivo, editoriale e sociale - presentate alla stampa dai vertici del Credito Valtellinese il 15 giugno.

La Fondazione ha l’incarico di seguire molte delle attività previste, partite già nel secondo semestre del 2007, in particolare quelle di natura culturale e sociale, coerentemente con la sua mission. Ha in primo luogo creato un logo “ad hoc”, elaborato sulla base dell’attuale marchio della banca. Ha poi seguito la realizzazione della medaglia celebrativa, su modello creato dallo scultore lombardo Guido Lodigiani. In campo artistico ricordiamo le due mostre già citate “Le Alpi davanti” e “Immagini, Forme e Natura delle Alpi” e la grande mostra su “I Ligari. Pittori del ‘700” in programma dall’11 aprile al 19 luglio 2008 presso tre sedi - Galleria Gruppo Credito Valtel-



linea e Museo Diocesano a Milano e Galleria Credito Valtellinese a Sondrio. La monografia e l'atlante ragionato sui Ligari - Pietro, Cesare e Vittoria - costituiranno anche il volume strenna 2008. È prevista anche la realizzazione di due esposizioni a Milano presso il mezzanino della fermata Sondrio della linea 3 della metropolitana e la Loggia dei Mercanti in via Orefici/Piazza Duomo, il cui materiale espositivo deriverà dalla scorporazione della mostra "Le Alpi davanti" in due tronconi tematici opportunamente ampliati. È stata infine sponsorizzata la mostra "Apocalisse. L'ultima rivelazione", già a Illegio (Ud), allestita a Roma presso il Salone Sistino dei Musei Vaticani dal 17 settembre al 7 dicembre. Il settore orientamento e formazione della Fondazione in collaborazione con la Direzione Mercato di Deltas ha realizzato per le scuole il concorso a premi "100 premi per 100 anni" patrocinato da Pattichiari e dall'Ufficio Scolastico Provin-



ziale di Sondrio, presentato alla stampa a Sondrio presso la Sala dei Balli il 22 ottobre. L'iniziativa intende promuovere la conoscenza dell'attività bancaria e, in particolare, il ruolo ricoperto dal Credito Valtellinese in questi cento anni a sostegno dello sviluppo economico, sociale e culturale del territorio di origine e offre ai docenti delle scuole elementari e secondarie di 1° e di 2° grado l'occasione di progettare percorsi educativi di approfondimento di tali tematiche tramite la produzione di un lavoro di gruppo da realizzare in diverse forme espressive, rispondendo a una delle tre tracce proposte. In campo sociale da ricordare il contributo al restauro della Collegiata di Sondrio e del salone parrocchiale e, in campo internazionale, al "Progetto Cafarnao" che si pone l'obiettivo di far rivivere la città che ha ospitato Gesù - una delle perle della Terra Santa - visitata da milioni di pellegrini provenienti da tutti i continenti.

## Sponsorizzazioni

Tutte le sponsorizzazioni, rivolgendosi a target di clientela ben identificati, hanno lo scopo primario di diffondere l'immagine delle banche del Gruppo, sviluppare relazioni commerciali sulla base della promozione dei prodotti offerti e creare legami di fiducia reciproca. Mirando ad un effettivo grado di visibilità, costituiscono uno strumento fondamentale per assumere un ruolo attivo in termini sociali all'interno dei territori di operatività delle singole dipendenze. Non è consentito effettuare sponsorizzazioni per manifestazioni che in qualsivoglia modo ledano anche potenzialmente la reputazione del Gruppo, come a titolo esemplificativo eventi:

- che possano danneggiare l'ambiente;
  - a sfondo politico;
  - con attinenza diretta o indiretta con l'uso delle armi;
  - che possano mettere a repentaglio la vita dei partecipanti e spettatori (corse in genere di veicoli a motore e sport estremi).
- Particolare attenzione da sempre è riservata alle realtà giovanili, alle associazioni di volontariato, al mondo delle scuole di ogni ordine e grado. Le principali sponsorizzazioni effettuate nel 2007 hanno visto un impegno finanziario di 1.785.000 euro complessivi, suddivisi tra eventi culturali per 1.015.000 di euro (57% degli investimenti) ed eventi sportivi per 770 mila euro (43% del totale).



### Interventi nell'attività sportiva

Nel corso del 2007 sono state sponsorizzate 582 manifestazioni sportive tra cui di particolare rilevanza :

- la Coppa Europa di Atletica, tenutasi in giugno nella struttura dell'Arena Civica "Gianni Brera" di Milano - rilevante evento sportivo svoltosi in due giorni che ha visto come sponsor principale il Gruppo;
- il Torneo Avvenire di Tennis - gara internazionale under 16 tenutasi in giugno sui campi del tennis Club Ambrosiano di Milano;
- la manifestazione promossa dall'Associazione Interessi Metropolitan per sostenere il progetto dei "Raggi Verdi", percorsi ciclopedonali immersi nel verde, lungo le direttrici centro-periferia, che l'Amministrazione comunale di Milano ha adottato come proprio progetto;
- il Basket Circuit - da anni in Valtellina in estate;
- La Sgambeda - prima manifestazione di Granfondo della stagione sciistica del circuito FIS Marathon Cup, tenutasi a Livigno (So) il 16 dicembre;
- la 33ª edizione del Campionato Invernale di vela Interlaghi (denominato Trofeo Credito Valtellinese), svoltosi

a Lecco nella prima settimana di novembre;

- la partita di pallavolo organizzata da A.S.D. Catania Events - di carattere internazionale - della squadra nazionale maschile per la classificazione pre-olimpica a Pechino 2008.

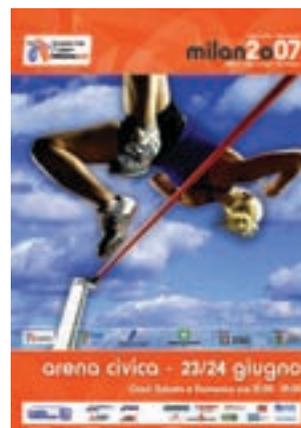
Si affianca a queste attività puntuali una serie di sponsorizzazioni di società sportive quali AC Monza Calcio, Ginnastica Meda, Sondrio Calcio, Pallacanestro Varese, Rugby Sondrio, U.S. SanMaurense per le attività di calcio, volley e basket, il CUS Milano Rugby, il Centro Sportivo Malaspina Sporting Club di Segrate, l'attività della Piscina Comunale di Caltagirone, il sostegno della squadra di calcio del Bassano Virus 55 Soccer Team srl, delle formazioni giovanili della Pallavolo Olgiate e degli atleti Andrea Rota nel golf e di Roberto Riva nel pattinaggio a rotelle. Il Credito Valtellinese è "title sponsor" del Centro Sportivo Comunale di atletica leggera di Chiuro (So), sede federale dei ritiri estivi della FIDAL - Federazione Italiana di Atletica Leggera - che nel corso dell'anno ha ospitato manifestazioni di livello nazionale ed internazionale.

## Interventi nell'attività culturale

Sono state sponsorizzate 541 manifestazioni culturali tra cui di particolare rilevanza :

- il campionato di giornalismo promosso da “Il Giorno” e rivolto agli studenti delle scuole medie lombarde, con il coinvolgimento di oltre 23.000 ragazzi delle varie province lombarde;
- il progetto promosso dalla Compagnia delle Opere di Como denominato “Una ricetta da 1 Euro” - concorso rivolto ai cittadini della provincia di Como. Tra i sostenitori dell’iniziativa il Credito Valtellinese;
- 46ª stagione del C.I.D - Circolo Musicale di Sondrio con un ricco repertorio di suoni, musiche e colori;
- la mostra “Gli impressionisti, i Simbolisti e le Avanguardie” tenutasi a Villa Olmo, in Como, dal 24 marzo al 15 luglio;
- gli eventi organizzati e promossi dalla AEM Tirano Promo, tra cui il concerto di Carmen Consoli tenutosi nel mese di settembre;
- la manifestazione “Da nessuno vicino è normale” - svoltasi all'ex-ospedale psichiatrico Paolo Pini -, caratterizzata da un ricchissimo cartellone di concerti, dibattiti, manifestazioni teatrali e proiezioni di film;
- Art in Ice, concorso internazionale di sculture di neve, giunto quest'anno alla dodicesima edizione.

A seguire meritano di essere evidenziate: la giornata dedicata al convegno Telefisco - promossa dal Gruppo in collaborazione con il Sole 24 Ore in teleconferenza a Sondrio, Vicenza ed Acireale -, l'accordo annuale con i Giovani Imprenditori di Monza e Brianza, la stagione musicale del CID di Sondrio e dell'Auditorium S. Antonio di Morbegno, le stagioni teatrali del gruppo “Camminando attraverso la voce”, i concerti d'organo del Rotary Club di Monza, i concerti della Diocesi di Roma e della Società del Quartetto di Milano, il Sondrio Festival Proiezione di documentari naturalistici, i concerti promossi dall'Associazione Palma a Como con Lisa Larsson e dal Coro della Cappella Musicale Pontificia a Como, lo spettacolo di Fiorello a Bergamo, le mostre degli Impressionisti a Como, “La Disputa” a Romano di Lombardia, “Con le mani, ma con la tua forza” a Merate, la mostra fotografica di Walter Roseblum promossa dal centro culturale di Milano, il Premio Carlo Porta 2007 dedicato alla memoria del grande poeta milanese, la realizzazione del Libro della Croce Bianca di Milano, convegni di Vera Brianza a Lecco, di Confidustria a Son-



drio e di Cospes, Asopec, Presidenza Diocesana a Roma, il Convegno promosso per la candidatura di Milano all'Expo 2015, la manifestazione Agrivalentina e le attività promosse dall'Accademia del Pizzochero di Teglio, gli eventi organizzati dai comuni di Caltagirone e Acireale e la realizzazione della Comolake Card, la stampa del logo sulle carte di imbarco dell'Aeroporto di Orio al Serio.



## Polo dell'innovazione della Valtellina

Ad un anno dalla nascita e in occasione della pubblicazione del numero zero della rivista "Pitagorà" - organo ufficiale del Polo dell'Innovazione -, Politec ("Società cooperativa del Polo dell'innovazione della Valtellina" partecipata dalla banca Capogruppo) ha ufficializzato la propria mission e gli organi societari. Il fine della società è indicato nell'articolo 2 dello statuto: "La cooperativa ha lo scopo mutualistico di concorrere alla realizzazione di una infrastruttura per il trasferimento tecnologico definita "Polo dell'Innovazione della Valtellina" al fine di favorire il successo del sistema economico valtellinese e limitrofo nel medio-lungo periodo; favorire, in conformità all'intenzione dei suoi fondatori, la crescita economica e, quindi, il benessere della popolazione".

### POLITEC - CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Presidente:	Fiorello Provera
Vice Presidente e Amm. Del. alle Strategie:	Renato Bartesaghi
Amm. Del. Esecutivo e Direttore Generale:	Stefano Besseghini Emanuele Bertolini Silvio Bosetti Maurizio Del Tenno Aldo Faggi Fernando Grattirolo Antonio Quarto

La definitiva transizione dal mondo degli studi e della progettazione alla fase delle realizzazione è affidata al Sistema Politec - la struttura al riguardo ha le caratteristiche di rete aperta necessarie per favorire la collaborazione tra diverse entità - costituito dalla società omonima, dalle Unità Produttive Autonome e da organismi di collegamento secondo una modalità organizzativa articolata su tre livelli:

- 1 la società Politec con il compito di elaborare e gestire il disegno unitario del sistema omonimo;
- 2 organismi di collegamento con il ruolo di assicurare il coordinamento tra l'attività di Politec e le Unità Produttive Autonome del terzo livello - anche mediante consorzi d'impresa promossi e coordinati dalla stessa;
- 3 aziende che intendono mettere a disposizione le proprie specializzazioni per la realizzazione dei progetti del Polo dell'innovazione sulla base di liberi accordi di mercato.

L'avvio operativo del Sistema, che è progettato per collaborare e poggia sul paradigma dell'innovazione come risultato complessivo dell'attività svolta dal territorio al riguardo, intende contribuire alla creazione in Valtellina di nuove opportunità di lavoro stabili e di alto profilo per le nuove generazioni, accompagnando i grandi mutamenti che investiranno il sistema produttivo nel suo complesso nei prossimi quindici anni. A livello di prime realizzazioni annunciate, Politec intende operare per garantire entro il 2010 la completa copertura della provincia di Sondrio con la banda larga - al riguardo la società

ha richiesto e ottenuto dal ministero delle comunicazioni una licenza temporanea sperimentale per lo svolgimento di attività di test e deciso di utilizzare la licenza sperimentale WiMAX a supporto di progetti nel settore turistico. Aspetto qualificante del progetto è la realizzazione di un programma immobiliare nel comune di Sondrio che porterà alla realizzazione degli edifici che ospiteranno il futuro "Polo dell'Innovazione". Da subito sarà possibile operare in un edificio di 1.500 mq alle porte del capoluogo provinciale messo a disposizione dal Gruppo Credito Valtellinese. Le attività che trovano ospitalità all'interno della nuova struttura a partire dai primi mesi del 2008 sono di tre tipi:

- 1 *democenter* - struttura per la promozione di iniziative di dimostrazione e servizio su tecnologie trasversali a diversi settori industriali, con l'obiettivo di contribuire sia alla divulgazione di una tecnologia sia all'erogazione di servizi connessi alla stessa;
- 2 *laboratori* - allo scopo di offrire un primo servizio alle PMI e di sviluppare competenze interne specifiche della società Politec in grado di evolvere nel medio termine anche in attività di ricerca;
- 3 *incubatore* - per la promozione di iniziative di insediamento di nuove attività imprenditoriali orientate a fornire servizi innovativi, con enfasi particolare a quelle finalizzate al supporto del sistema economico nel campo della Tecnologia dell'Informazione.

### IL DECALOGO DI POLITEC

- 1 Competitività = innovazione
- 2 L'intervento pubblico favorisce l'innovazione
- 3 Politec è una infrastruttura di trasferimento tecnologico (ITT)
- 4 ITT sono strumenti di sviluppo locale
- 5 La conoscenza è un fattore produttivo
- 6 L'innovazione è frutto di un territorio innovativo
- 7 ITT = moderne politiche di diffusione dell'innovazione
- 8 Politec è snodo con i produttori di conoscenza
- 9 Politec deve facilitare l'innovazione nelle PMI
- 10 Politec offre servizi tecnologici

## Il coinvolgimento della collettività

Nell'ultimo trimestre dell'anno l'Università degli Studi di Pavia, con il contributo del Credito Artigiano, ha organizzato il corso di "Analisi statistica dei dati - Misurazione e gestione dei rischi", che ha coinvolto sei delle nove facoltà dell'Ateneo (ingegneria, scienze politiche, economia, lettere e filosofia, medicina, scienze matematiche, fisiche e naturali). L'iniziativa si colloca nell'ambito della promozione dei principi fondamentali dell'educazione finanziaria, mirata ad ampliare lo spettro informativo affinché chiunque possa muoversi con maggior consapevolezza tra i servizi bancari. Nella logica aziendale un efficace governo dei rischi richiede il coinvolgimento di una pluralità di soggetti aventi diverse formazioni professionali - economisti, matematici, giuristi, esperti di tecnologia e altro ancora. In un'ottica trasversale, i singoli moduli (da un minimo di 10 ore ad un massimo di 50) sono stati ideati per soddisfare un'ampia gamma di utenti.

### Il corso

Alcuni manager del Gruppo, coordinati da Enzo Rocca (Vice-Direttore Generale del Credito Valtellinese), hanno raccontato le esperienze maturate in diverse aree di attività - rischio di credito, di mercato, operativo, di conformità e sui sistemi di controllo interno - soffermandosi sui seguenti argomenti:

- principi generali per la gestione dei rischi nell'impresa bancaria;
- presidi aziendali - il sistema di controllo interno e il patrimonio;
- valutazione ed evoluzione del sistema di gestione e controllo;
- rischi dell'attività bancaria (rischio di credito, di mercato, operativo, di conformità).

Le lezioni, svoltesi presso l'Almo Collegio Borromeo della città, hanno visto la partecipazione di 60 giovani. Gli studenti si sono dimostrati molto curiosi e attenti, in particolare su temi di estrema attualità come i mutui subprime e l'applicazione del nuovo Accordo di Basilea; per l'esame finale era disponibile a scelta un approfondimento di natura teorica o un'analisi statistica di dati con presentazione pubblica soggetta alla valutazione di un comitato scientifico. Gli studenti hanno analizzato casi concreti - alcuni di loro hanno proposto soluzioni molto interessanti e realistiche.

Il corso si è concluso il 21 febbraio 2008 con la consegna di undici premi di studio per gli studenti più meritevoli. Alla cerimonia di chiusura hanno partecipato i docenti, rappresentanti del Credito Artigiano, il rettore del collegio ed i presidi delle facoltà coinvolte nell'iniziativa. Nell'intervista rilasciata a "La Provincia Pavese" nel numero in edicola il 21 febbraio Rocca ha spiegato come «l'idea di promuovere il corso ha l'obiettivo di far conoscere le dinamiche del settore bancario, particolarmente importante in questo periodo di forti tensioni economiche.

Si è parlato in particolare di risk management, che è alla base dell'attività bancaria e mette a disposizione strumenti che migliorano la consapevolezza dei rischi di tale attività. Non ci siamo limitati all'analisi delle singole tecniche di gestione dei rischi ma abbiamo affrontato il tema più ampio della risk governance. Ossia, di tutti i soggetti, i processi e gli strumenti necessari al governo dei rischi bancari. Come banca crediamo che la ricerca sia il fondamento dello sviluppo economico. Pertanto, cerchiamo di dare il nostro contributo collaborando con l'Università e sostenendo gli studenti meritevoli».

**ANALISI STATISTICA DEI DATI  
MISURAZIONE E GESTIONE DEI RISCHI**

Università degli Studi di Pavia  
Dipartimento di Economia e Statistica, Università degli Studi di Pavia

Periodo	Giorni	Docente	Tematiche
Ottobre 2007	Mercoledì 7 Mercoledì 14 Giovedì 15	prof. Paolo Giudizi dott. Chiara Castellina	REGOLE GENERALI ANALISI DEI DATI
	Mercoledì 16 Mercoledì 17 Giovedì 19	prof. Paolo Giudizi dott. Chiara Castellina	RISCHIO ANALISI, CREDITO ANALYSIS LA GESTIONE DEI RISCHI NELL'IMPRESA BANCARIA PRINCIPI GENERALI
	Mercoledì 20 Mercoledì 21 Giovedì 23	dott. Enzo Rocca	REGOLAZIONE LEGISLATIVA, DEGNATE, WEB ANALYSIS
	Mercoledì 26 Giovedì 27	dott. Enzo Rocca	I RISCHI AZIENDALI IL SISTEMA DI CONTROLLO INTERNO E IL PATRIMONIO
	Mercoledì 30	dott. Enzo Rocca	REGOLE LEGISLATIVA
	Novembre 2007	Mercoledì 4 Mercoledì 7 Giovedì 8	prof. Paolo Giudizi dott. Chiara Castellina
Mercoledì 11 Mercoledì 14 Giovedì 15		dott. Enzo Rocca	MACROECONOMIA, IMPRESA, MUTUI, MUTUI ORARI
Mercoledì 20 Mercoledì 21 Giovedì 23		dott. Enzo Rocca	LA VALUTAZIONE ED EVOLUZIONE DEL SISTEMA DI GESTIONE E CONTROLLO
Mercoledì 26 Mercoledì 27 Giovedì 29		dott. Enzo Rocca	RISCHIO OPERATIVO I RISCHI DELLA ATTIVITÀ BANCARIA SISTEMI DI CREDITO E DI MERCATO
Mercoledì 30 Mercoledì 31 Giovedì 2		dott. Enzo Rocca	RISCHIO DI LIQUIDITÀ MUTUI PER IL RINNOVO CREDITO GIURIDI E APPLICAZIONI
Dicembre 2007		Mercoledì 4 Mercoledì 5 Giovedì 6	dott. Chiara Castellina
	Mercoledì 11 Mercoledì 12 Giovedì 13	dott. Chiara Castellina	MUTUI PER IL RINNOVO CREDITO GIURIDI E APPLICAZIONI

Le lezioni si svolgeranno dalle ore 14.30 alle ore 18.30, presso il Collegio Borromeo piazza Borromeo, 7 - Pavia

SONO PREVISTI PREMI DI STUDIO PER I MIGLIORI STUDENTI



# Ambiente

## Capitolo 5

# La relazione ambientale

Energia

Acqua

Carta

Trasporti

Rifiuti



## Relazione ambientale

L'utilizzo di energia prodotta da combustibili di origine fossile è all'origine delle emissioni di anidride carbonica, ritenute il principale attore del progressivo surriscaldamento del pianeta.

Il contenimento di queste emissioni avviene grazie all'interazione di più componenti: combustibili che generano minori emissioni inquinanti unitamente ad impianti ad alto rendimento; l'impiego di energia generata da fonti rinnovabili con particolare attenzione alle produzioni che non creano emissioni nocive; l'uso di mezzi di trasporto a basso impatto ambientale, rispettosi delle recenti normative anti-inquinamento.

Il risparmio di energia è un metodo semplice e immediato per ridurre i consumi e le conseguenti emissioni nocive.

La riconversione ambientale del Paese - partendo dal protocollo di Kyoto sino al recente pacchetto energia-ambiente approvato dalla Commissione europea - pone l'urgenza di presidiare sempre più compiutamente queste tematiche ambientali anche in ambito bancario, nonostante le attività del settore non siano caratterizzate da un livello di inquinamento potenzialmente elevato. Le modalità di erogazione dei prodotti e dei servizi bancari del Gruppo influenzano l'ambiente con impatti

che determinano azioni dirette sulle cause endogene e indirette sulle esogene. In particolare gli interventi devono essere strutturati intorno a scelte tecnico-politiche determinate, adottate al fine del conseguimento degli obiettivi raggiungibili sulla base di un cambiamento culturale all'interno del Gruppo in grado di valorizzare la dimensione ambientale dell'attività.

### Impatti ambientali diretti

Sono legati all'attività operativa delle banche e delle società del Gruppo - al riguardo sono possibili interventi di controllo e contenimento comprendenti i consumi di energia, acqua e carta, l'utilizzo dei mezzi di trasporto e la produzione di rifiuti.

### Impatti ambientali indiretti

Si riferiscono alle attività non gestite direttamente ma sulle quali è possibile influire mediante le relazioni con clienti e fornitori. Effetti positivi a valore ambientale possono essere incentivati attraverso prodotti specifici.



## Energia: significativo l'impiego prodotto da fonti rinnovabili

Le più rilevanti fonti d'impiego di energia riguardano la climatizzazione delle strutture, il funzionamento dei sistemi informatici e l'illuminazione degli ambienti di lavoro. Il consumo energetico per la climatizzazione è percentualmente preponderante e dipendente, con variazioni annue significative, dall'andamento meteorologico stagionale.

Per questo motivo di natura esogena è molto laboriosa una comparazione analitica dei dati quantitativi rilevati negli anni.

La figura dell'*energy manager* posta a presidio delle politiche energetiche individua, promuove e coordina le iniziative volte a razionalizzare i consumi di energia ed a ridurre le emissioni inquinanti ad essi correlate.

Le principali attività che nell'anno hanno teso verso questo obiettivo sono risultate le seguenti:

- la raccolta e analisi dei dati relativi ai consumi energetici;
- il completamento della conversione delle principali centrali termiche alimentate a gasolio con il passaggio al metano;
- l'aggiornamento degli impianti di climatizzazione più obsoleti con installazioni ad alta efficienza energetica;
- la progressiva sostituzione nelle singole postazioni di lavoro dei monitor a tubo catodico con monitor a cri-

stalli liquidi a basso consumo energetico - a fine 2007 oltre il 64% dei personal computer ne era dotato;

- la definizione di nuovi contratti di manutenzione volti a mantenere la massima efficienza energetica degli impianti di climatizzazione ed illuminazione;
- la telegestione in via sperimentale degli impianti di riscaldamento e climatizzazione in un numero significativo di edifici al fine di poter testare le soluzioni individuate in un'ottica di riduzione dei consumi energetici;
- la proficua collaborazione con il Consorzio ABI Energia ed in particolare l'utilizzo della convenzione per l'acquisto di energia sul libero mercato e l'adesione al gruppo di lavoro sulla certificazione energetica degli edifici;
- l'approvvigionamento di energia prodotta da fonti rinnovabili - quasi un terzo del fabbisogno deriva da centrali idroelettriche;
- il proseguimento degli interventi formativi rivolti a tutti i dipendenti (in aula destinati ai neo-assunti e on-line tramite la guida ABI Energia "Salva l'ambiente con un click").

La forte riduzione delle emissioni inquinanti dirette ed indirette è dovuta a due fattori distinti:



- 1 il proseguimento dell'azione volto alla sostituzione delle centrali termiche alimentate a gasolio con altre di nuova generazione alimentate a gas e la messa a regime degli impianti sostituiti nel corso della precedente annualità;
- 2 l'approvvigionamento progressivo di energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili che ha interessato il Credito Siciliano (circa il 30% del fabbisogno complessivo) e che nel corso del esercizio 2008 intende riguardare la quasi totalità dei siti del Gruppo.

I dati mostrano un riduzione degli utilizzi complessivi evidenziando contemporaneamente la netta prevalenza del consumo di energia elettrica pari al 87 % del totale. Per quanto riguarda i consumi di energia termica proce-

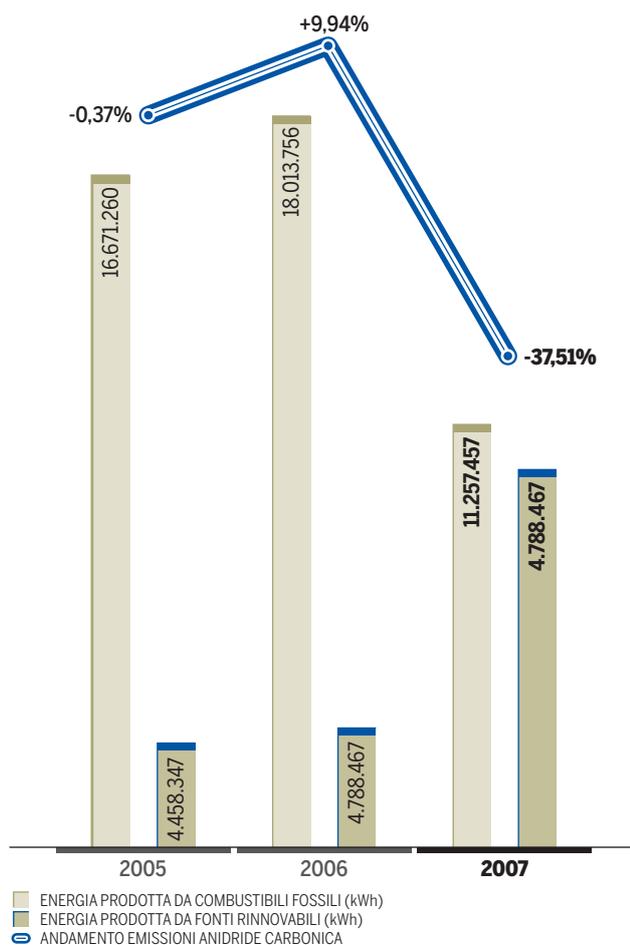
de la diminuzione dell'utilizzo di gasolio. Nel dettaglio il calo del consumo di energia elettrica registrato nel 2007 è stato del 5,7% mentre il consumo complessivo di combustibili fossili (gasolio e gas) ha registrato una contrazione pari all'11,2% nonostante uno sviluppo significativo (+5,7%) della rete territoriale del Gruppo. Grazie agli interventi di cui sopra si è conseguita una riduzione percentuale del consumo di gasolio del 27,5% (oltre il 53% nell'ultimo triennio), con una coerente riduzione delle emissioni inquinanti dirette (nell'ordine di 56.000 kg). L'approvvigionamento di energia elettrica da fonti rinnovabili ha portato ad una riduzione delle emissioni indirette di CO<sub>2</sub> di 4.788.000 kg.

Consumo di energia	2005	2006	2007	variazione % '06/'07
Totale energia (kWh)	24.551.941	26.269.591	<b>24.580.192</b>	-6,4
Energia elettrica (kWh)	21.129.607	22.802.223	<b>21.501.209</b>	-5,7
Energia termica (kWh)	3.422.334	3.467.368	<b>3.078.983</b>	-11,2
di cui gas (kWh)	1.825.879	2.291.913	<b>2.226.247</b>	-2,9
di cui gasolio (kWh)	1.596.455	1.175.455	<b>852.736</b>	-27,5

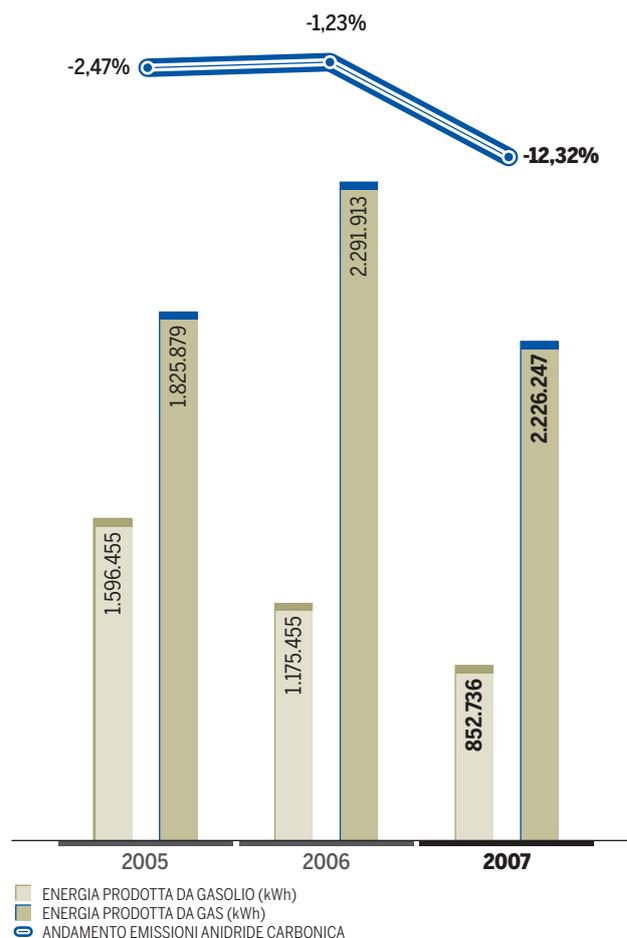
Indicatori di performance	2005	2006	2007	variazione % '06/'07
Energia elettrica per dipendente (kWh/anno)	6.389	6.819	<b>6.157</b>	-9,7
Energia termica per dipendente (kWh/anno)	1.035	1.037	<b>882</b>	-15
Emissioni CO <sub>2</sub> dirette per dipendente (kg/anno)	634	619	<b>520</b>	-16
Emissioni CO <sub>2</sub> indirette per dipendente (kg/anno)	3.463	3.765	<b>2.235</b>	-40,7
Numero dipendenti	3.307	3.344	<b>3.492</b>	

Emissioni di anidride carbonica	2005	2006	2007	variazione % '06/'07
Emissioni dirette da energia termica (kg)	2.095.996	2.070.165	<b>1.815.195</b>	-12,3
Emissioni indirette da energia elettrica (kg)	11.453.156	12.591.616	<b>7.807.307</b>	-38

**FONTI DI ENERGIA ELETTRICA E  
ANDAMENTO EMISSIONI DI ANIDRIDE CARBONICA**



**FONTI DI ENERGIA TERMICA E  
ANDAMENTO EMISSIONI DI ANIDRIDE CARBONICA**



Energia pura

Grazie alla convenzione per la fornitura di energia elettrica siglata nel corso del 2007 tra ABI Energia e la Compagnia Valdostana delle Acque il Credito Siciliano è entrato nel Consorzio Idroeconomia approvvigionandosi di energia idroelettrica da utilizzarsi in tutte le strutture presenti sul territorio isolano.



## Acqua: attenzione all'oro blu

Negli ultimi cento anni la popolazione mondiale è triplicata ma il consumo di acqua è aumentato del 600% con evidenti disuguaglianze tra gli abitanti della terra nell'accesso al cosiddetto oro blu.

I consumi interni al Gruppo derivano quasi esclusivamente dagli usi igienico-sanitari e per la climatizzazione degli ambienti di lavoro; la dinamica relativa è fortemente legata a fattori di natura comportamentale e le azioni auspicabili in grado di influire sull'uso razionale di questa risorsa mirano ad aumentare la consapevolezza della responsabilità soggettiva dei singoli utilizzatori. Tra gli interventi di natura tecnica atti a contrarre i consumi rileva l'ottimizzazione degli impianti esistenti, l'installazione generalizzata di vaschette parzializzate e l'adozione di gruppi refrigeratori condensati ad aria.

La realizzazione dei nuovi impianti è volta all'adozione di tutti gli accorgimenti atti a ridurre l'utilizzo di acqua potabile, a riutilizzare le acque di processo e a recuperare le acque piovane per gli usi che lo consentano. Il consumo a livello di Gruppo evidenzia un andamento ciclico delle annualità dovuto anche ad una contabilizzazione dei volumi da parte degli Enti erogatori avente una periodicità difforme dall'intervallo temporale di riferimento, con conseguente relativa disomogeneità dei dati confrontati. Utilizzando come indicatore il dato medio dell'ultimo triennio, si registra un consumo pro-capite pari a 82 litri al giorno e un impiego complessivo di 69.468 metri cubi. Tali utilizzi potranno essere ridotti mediante l'adozione di ulteriori misure e, in particolare, tramite un'efficace sensibilizzazione e coinvolgimento del personale.

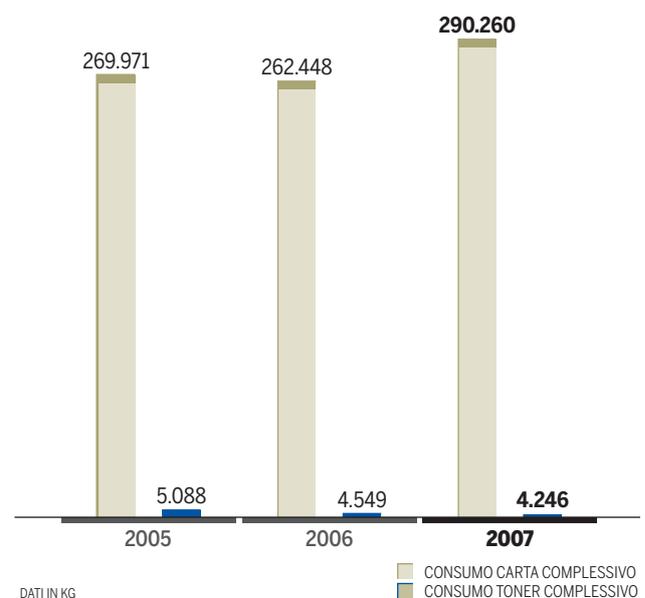


A fine 2007 367.997 clienti, scegliendo l'opzione "basta carta", hanno confermato la validità di questa proposta che permette un notevole risparmio in termini di fogli di carta prodotti.

Alla clientela che ancora predilige la ricezione delle comunicazioni in forma cartacea tutti i documenti vengono trasmessi con la stampa in fronte-retro. Per contenere il consumo interno, in analogia a quanto proposto alla clientela è resa possibile la consultazione di tutte le pratiche deliberative ed operative prodotte dalle banche e società del Gruppo esclusivamente per via elettronica. Nel corso del 2007 si è registrato un aumento dell'impiego di carta, che è risultato di poco superiore a 290 tonnellate - in crescita rispetto al precedente anno del 10,9 % in termini assoluti e del 6,2 % con riferimento ai consumi pro-capite. L'aumento è dovuto a due componenti:

- 1 le novità introdotte in ambito normativo, che hanno comportato una crescita del numero delle comunicazioni da inviare alla clientela;
- 2 un aumento significativo del perimetro del Gruppo sia in termini di nuovi clienti che di nuove dipendenze.

Il consumo di toner utilizzato per fotocopiatrici e stampanti registra una costante riduzione negli ultimi anni sia in termini assoluti sia considerando il consumo pro-capite; confrontando i dati del 2007 con quelli dell'annualità precedente si rileva una riduzione rispettivamente del 6,7% (- 303 kg) e del 10,6% (da 1,36 a 1,22 kg).



## Carta: aumentano i consumi

Le attività svolte dalle banche e società del Gruppo comportano significativi consumi di quantitativi di carta sia per le comunicazioni da inviare alla clientela sia per usi operativi interni.

Da oltre un quinquennio le banche del Gruppo hanno messo a disposizione dell'intera clientela la funzione "Post@in linea" che permette di consultare tutte le comunicazioni generate dalle banche in via telematica all'interno del servizio banc@perta.

Consumo di carta e toner	2005	2006	2007	variazione% '06/'07
Consumo carta complessivo (kg)	269.971	262.448	290.260	10,6
Consumo carta pro capite (kg/anno)	81,6	78,5	83,1	5,9
Consumo toner complessivo (kg)	5.088	4.549	4.246	-6,7
Consumo toner pro capite (kg/anno)	1,54	1,36	1,22	-10,6
Numero dipendenti	3.307	3.344	3.492	

## Trasporti: percorrenze in linea con la crescita del Gruppo

L'aumento del traffico sia nelle aree urbane sia sulle principali direttrici extra-urbane induce riflessi negativi sull'aumento dell'inquinamento ambientale e quindi sulla salute di tutti i cittadini; la difficoltà negli spostamenti rappresenta un onere a carico della collettività. È auspicabile un intervento sinergico del settore pubblico e privato volto a ricercare tutte le forme possibili per una mobilità più razionale ed efficiente rispetto all'attuale. Gli obiettivi attesi di riduzione del tasso di emissioni inquinanti e di aumento della qualità della vita risultano facilmente intuibili.

Il Gruppo mira a diminuire le esigenze di spostamenti fisici del personale avendo da tempo introdotto, in ambito formativo e laddove sia perseguibile, i nuovi supporti tecnologici e le nuove modalità organizzative che permettono di limitarne la mobilità. Le alternative più utilizzate allo spostamento fisico sono le attività di e-learning, la

formazione in aula virtuale, l'utilizzo della videoconferenza e delle web-cam. Nel corso del 2007 sono state effettuate oltre 45.000 ore di formazione in aule virtuali ed *e-learning*, mentre nelle 32 sale dotate di videoconferenza sono stati effettuati collegamenti per 1200 ore complessive. Nello stesso anno sono stati percorsi in auto per trasferte di lavoro 6.926.048 km - in lieve incremento rispetto all'anno precedente (+1%) nonostante l'espansione territoriale del Gruppo; l'indice di percorrenza per dipendente presenta un valore in riduzione (-3%) rispetto al precedente esercizio. Il parco-auto è composto da 56 mezzi di proprietà e da 119 autovetture a noleggio con vita media di 4 anni, in parte conformi alla normativa europea Euro3 ed in parte Euro4. Il parco-auto con una vita media contenuta garantisce elevati standard di efficienza energetica a fronte di bassi livelli di consumi e di emissioni inquinanti.



## Rifiuti: significativi i volumi di carta recuperati

144

La tipologia preponderante di rifiuti speciali è di natura cartacea. Nel corso del 2007 sono stati inviati al recupero oltre 4.180 quintali di carta e cartoni (+31%) pari a 120 kg per ogni dipendente. Altri rifiuti speciali sono rappresentati da apparecchiature per ufficio fuori uso e cartucce esaurite per stampanti e fotocopiatrici. In tutte le banche e società del Gruppo è attiva la raccolta differenziata; la carta e i cartoni vengono consegnati a stabilimenti appo-

siti per il loro riutilizzo come materia prima, mentre gli altri rifiuti sono destinati a recupero o riciclaggio. Il ritiro delle rimanenze pericolose, che richiede un trattamento mirato in termini di smaltimento, è affidato direttamente a ditte di manutenzione autorizzate allo scopo. Per i rifiuti urbani ed assimilabili la raccolta viene gestita dalle imprese di pulizia e l'eliminazione è effettuata tramite il servizio di nettezza urbana.

## La filiale del sole



Il crescente interesse destato dai temi ambientali sia tra gli addetti ai lavori sia tra l'opinione pubblica ha spinto il Gruppo a modificare sostanzialmente l'approccio all'aspetto energetico tramite la trasformazione da elemento "passivo" che consuma in soggetto "attivo" che produce attraverso l'uso delle fonti messe a disposizione dalla natura.

La sfida è stata raccolta dalla società Stelline che presidia questo ambito all'interno del Gruppo.

In collaborazione con esperti del settore e produttori leader a livello mondiale nell'ambito dell'impiantistica elettrica sono state analizzate le possibili soluzioni, individuando la realizzazione di un impianto di produzione di energia elettrica da fonte solare (fotovoltaico).

La scelta, a seguito di un'accurata analisi, è ricaduta sull'agenzia di S. Agata di Militello (Me) del Credito Siciliano, che bene si adattava anche all'esigenza di rendere l'unità immo-

biliare "energeticamente autonoma".

Il progetto, oltre alle abituali considerazioni di natura tecnico-impiantistica, ha contemplato numerose peculiarità come l'orientamento delle superfici utili, la disponibilità di spazi a cielo libero privi di ombreggiatura unitamente agli ingombri non trascurabili dell'installazione (indicativamente 8-10 mq per kW di potenza installata).

L'impianto, la cui installazione si è conclusa nello scorso mese di novembre, si compone di un campo fotovoltaico - il "cuore" vero e proprio dell'impianto - e da un insieme di apparecchiature elettriche che permettono alla filiale di utilizzare l'energia generata.

La produzione attesa è pari a circa 20.000 kWh per anno, sufficienti a coprire l'intero fabbisogno energetico dell'agenzia bancaria.

All'obiettivo prioritario di questo intervento, individuato nell'azzeramento delle emissioni inquinanti,

si aggiunge il risparmio economico generato dal mancato acquisto dell'energia elettrica dal distributore. Non ultimo, grazie alle recenti novità normative introdotte tra cui il cosiddetto Conto Energia (D.L. 19/02/2007), l'utente-produttore di energia elettrica generata da fonti rinnovabili viene ricompensato attraverso un contributo erogato da un apposito fondo.

L'impianto fotovoltaico installato a S. Agata di Militello, la cui vita media attesa si pone oltre i vent'anni, si autofinanzia con un ritorno sull'investimento di circa 7 anni, evitando l'immissione nell'ambiente di 9.920 kg di CO<sub>2</sub> annui.

### Dati tecnici

campo fotovoltaico composto da 70 moduli di silicio policristallino;  
potenza di picco pari a 12,95 kW;  
superficie complessiva dell'installazione 100 mq;  
rendimento pari al 13,4%.



Obiettivi

## Capitolo 6

### **Le linee programmatiche e gli obiettivi di miglioramento**

**Obiettivi sociali**

**Obiettivi economici**

**Obiettivi ambientali**

**Traguardi**



## Obiettivi sociali

---

---

### OBIETTIVI DICHIARATI NEL BILANCIO SOCIALE 2006

- 1 Realizzazione di un'offerta ampia e coerente di strumenti di sviluppo professionale e formativo, a disposizione delle Risorse Umane in fase di crescita operanti all'interno delle società di finanza specializzata e di produzione.
- 2 Progettazione di un master in finanza e tecnica bancaria a favore di Risorse da avviare alla carriera manageriale all'interno della rete di vendita.
- 3 Accrescimento del numero di questionari di valutazione pervenuti.

---

---

### ATTIVITÀ SVOLTE PER IL RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI

- 1 Progettazione, erogazione e 'messa a catalogo' di interventi di sviluppo, di formazione e di supporto individuale che verranno progressivamente estesi alle Risorse in fase di crescita.
- 2 Ideazione ed avvio di un master con obiettivi rivolti alla copertura delle competenze richieste nello svolgimento delle attività previste all'interno della Rete commerciale.
- 3 Incentivazione alla compilazione in sede di Assemblea dei Soci e corsi neo-assunti: 146 questionari ricevuti.



RAGGIUNGIMENTO OBIETTIVI:  
**COMPLETO**

## Obiettivi economici

---

---

### OBIETTIVI DICHIARATI NEL BILANCIO SOCIALE 2006

Prosecuzione della crescita in termini patrimoniali ed economici e dell'espansione territoriale del Gruppo.

---

---

### ATTIVITÀ SVOLTE PER IL RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI

- 1 I dati al 31 dicembre 2007 evidenziano, a livello consolidato, una crescita annua della raccolta globale del 5,7% e degli impieghi del 20,2%. L'utile netto del Gruppo è aumentato del 25%.
- 2 Nel corso del 2007 sono state aperte 21 nuove filiali.



RAGGIUNGIMENTO OBIETTIVI:  
**COMPLETO**

## Obiettivi ambientali

### OBIETTIVI DICHIARATI NEL BILANCIO SOCIALE 2006

- 1 Approvvigionamento di energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili.
- 2 Ottimizzazione dei contratti di fornitura del gas.
- 3 Applicazione di regolazioni automatiche telegestibili agli impianti di climatizzazione caratterizzati da rilevanti consumi energetici.
- 4 Gestione energetica integrata negli immobili.
- 5 Ottimizzazione impiantistica e tecnologie costruttive ecologiche.
- 6 Progettazione e realizzazione di una filiale bancaria a basso impatto ambientale.

### ATTIVITÀ SVOLTE PER IL RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI

- 1 Approvvigionamento realizzato con riferimento al Credito Siciliano.
- 2 A fronte di analisi, decisione di non perseguire l'obiettivo per la modesta incisività dell'azione dovuta alla frammentazione dei fornitori nelle zone di insediamento.
- 3 Inizio della sperimentazione.
- 4 Fase di test.
- 5 Acquisizione delle nuove tecnologie presenti sul mercato (ottimizzazione impiantistica) e approfondimento delle tecnologie costruttive ecologiche.
- 6 Avvio della fase di progettazione.

RAGGIUNGIMENTO OBIETTIVI:  
**PARZIALE**

## Traguardi futuri

### SOCIALI

Estensione e consolidamento, mediante il progressivo coinvolgimento di un numero crescente di Risorse (è previsto un incremento minimo del 25% del numero dei collaboratori coinvolti nel 2007), delle soluzioni di crescita e sviluppo personale, mediante opportuni supporti ed interventi, individuali e di aula.

### ECONOMICI

Continuazione della crescita in termini patrimoniali ed economici e dell'espansione territoriale del Gruppo.

### AMBIENTALI

- 1 Approvvigionamento di energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili a livello di Gruppo.
- 2 Applicazione di regolazioni automatiche telegestibili agli impianti di climatizzazione caratterizzati da rilevanti consumi energetici.
- 3 Gestione energetica integrata negli immobili.
- 4 Consolidamento di procedure per la progettazione e la realizzazione di filiali bancarie a basso impatto ambientale.



Rilevazione



Capitolo 7

**Il sistema di rilevazione**

**Parere della società di revisione**

**Metodologia di valutazione del Bilancio Sociale 2006**

- Risultati

**Il questionario 2007**

## Parere della società di revisione



■ Beconta Ernst & Young S.p.A.

**CREDITO VALTELLINESE S.c.**

**BILANCIO SOCIALE AL 31 DICEMBRE 2007**

**RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE**



Ernst & Young S.p.A.  
Via della Chiesa, 2  
20123 Milano

Tel. (+39) 02 722121  
Fax (+39) 02 72212037  
www.ey.com

## RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE

Al Consiglio di Amministrazione  
del Credito Valtellinese S.c.

1. Abbiamo svolto le verifiche di conformità ed analisi sul Bilancio Sociale al 31 dicembre 2007 del Gruppo Credito Valtellinese, descritte nel paragrafo 2. della presente relazione.

Le procedure di verifica sono state svolte al fine di valutare le affermazioni del Consiglio di Amministrazione, riportate nella "Nota Metodologica" del Bilancio Sociale al 31 dicembre 2007 del Gruppo Credito Valtellinese, che illustra le linee guida adottate per la redazione del Bilancio Sociale. La responsabilità della predisposizione del Bilancio Sociale compete agli Amministratori del Credito Valtellinese S.c..

2. Allo scopo di poter valutare le affermazioni del Consiglio di Amministrazione richiamate nel paragrafo 1., sono state svolte le seguenti procedure di verifica, come suggerito dal Documento di Ricerca n. 1 emanato dal GBS - Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale – così sinteticamente riassunte:
  - verifica della rispondenza dei dati e delle informazioni di carattere economico-finanziario ai dati ed alle informazioni riportate nei bilanci d'esercizio e consolidato al 31 dicembre 2007, sui quali sono state emesse le nostre relazioni di revisione contabile in data 2 aprile 2008;
  - analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi. In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:
    - interviste e discussioni con la Direzione ed il personale, al fine di ottenere una generale comprensione dell'attività del Gruppo Credito Valtellinese, di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting alla base della predisposizione del Bilancio Sociale e di rilevare i processi, le procedure ed il sistema di controllo interno che supportano la raccolta, aggregazione, elaborazione e trasmissione dei dati, dalle singole aree operative e uffici del Gruppo Credito Valtellinese, alla funzione responsabile della predisposizione del Bilancio Sociale;

Ernst & Young S.p.A.  
Sede Legale: 00196 Roma - Via C.D. Bernardino, 18/A  
Capitale Sociale € 1.203.500.000 i.v.  
iscritta alla S.O. del Registro delle Imprese presso la C.C.I.A.A. di Roma  
Codice Sociale e numero di iscrizione 00434000584  
P.I. 00091231003  
iscritta all'Albo Revisori Contabili al n. 70945 Pubblicato sulla G.U.  
Suppl. 11 - IV Serie Speciale del 17/2/1998  
iscritta all'Albo Speciale delle società di revisione  
Cassa di risparmio n. 2 abbazia n.10381 del 14/7/1997

- analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del Bilancio Sociale, al fine di ottenere una conferma dell'attendibilità delle informazioni acquisite attraverso le interviste e dell'efficacia dei processi in atto, della loro adeguatezza in relazione agli obiettivi descritti e del funzionamento del sistema di controllo interno per il corretto trattamento dei dati e delle informazioni;
- analisi della completezza e della congruenza interna delle informazioni qualitative riportate nel Bilancio Sociale. Tale attività è stata svolta sulla base delle linee guida di riferimento sopra evidenziate;
- verifica del processo di coinvolgimento degli "stakeholder", con riferimento alle modalità utilizzate, alla completezza degli "stakeholder" e all'analisi dei dati riassuntivi degli aspetti salienti emersi dal confronto con gli stessi, rispetto a quanto riportato nel Bilancio Sociale;
- ottenimento della lettera di attestazione sull'attendibilità e completezza del Bilancio Sociale, delle informazioni e dei dati in esso contenuti, nonché sulla conformità ai principi di redazione.

Per le risultanze relative al Bilancio Sociale precedente, i cui dati ed informazioni sono presentati ai fini comparativi, si rimanda alla relazione da noi emessa in data 3 aprile 2007.

3. Sulla base delle procedure di verifica svolte, riteniamo che il Bilancio Sociale al 31 dicembre 2007 del Gruppo Credito Valtellinese sia conforme alle linee guida con riferimento alle quali è stato predisposto, riportate nella "Nota Metodologica" dello stesso. Inoltre, i dati di carattere economico-finanziario del Bilancio Sociale corrispondono ai dati ed alle informazioni del bilancio consolidato al 31 dicembre 2007 del Gruppo Credito Valtellinese, e gli altri dati e informazioni sono coerenti con la documentazione e rispondenti ai contenuti richiesti dalle linee guida in conformità ai quali il Bilancio Sociale stesso è stato predisposto.
4. Richiamiamo l'attenzione sulla sezione "Le linee programmatiche e gli obiettivi di miglioramento" che evidenzia le attività che il Gruppo Credito Valtellinese intende sviluppare.

Milano, 2 aprile 2008

Reconta Ernst & Young S.p.A.



Massimo Testa  
(Socio)

## Metodologia di valutazione del Bilancio Sociale 2006

Questionari distribuiti nella versione cartacea del Bilancio Sociale e disponibili in rete hanno consentito alla platea degli stakeholder di fornire un prezioso riscontro in termini di valutazione del Documento; il coinvolgimento dei portatori di interesse costituisce una condizione necessaria per l'attuazione di miglioramenti in termini di:

- 1 qualità del bilancio;
- 2 sua leggibilità;
- 3 comportamento del Gruppo;
- 4 caratteristiche sintetiche del Fascicolo

al cui riguardo è proposta una serie di domande in forma chiusa.

È fornita possibilità di segnalare con osservazioni e suggerimenti gli argomenti meritevoli di ulteriore approfondimento rispetto a quelli presenti nell'edizione 2006.

### Risultati

Centoquarantasei persone hanno risposto al questionario in oggetto - ventisette di loro hanno compilato anche la sezione delle risposte "aperte".

L'esame dei riscontri evidenzia come:

- il campione delle risposte si riferisce ai dipendenti nella misura del 53,4%, Soci del 30,2%, clienti del 13,8% e collettività del 2,6%;
- una quota pari a un terzo dei compilatori è venuto a conoscenza del Bilancio Sociale per motivi di lavoro/studio e una percentuale analoga per interesse personale;
- il 90,7% giudica la completezza delle informazioni buona/ottima per un grado di trasparenza pari all'83,6% all'interno della stessa categoria e un livello di chiarezza dei contenuti nelle due classificazioni superiori nella misura dell'89,8%;
- la capacità di generare valore tramite questa forma di rendicontazione sociale è ritenuta a sua volta buona/ottima dall'88,4% delle valutazioni pervenute, a fronte di una lunghezza ritenuta solo sufficiente da poco più del 20% (anche per questo motivo l'edizione 2007 del Bilancio Sociale è sensibilmente più ampia di quella dell'anno precedente);
- i tre aggettivi maggiormente utilizzati per qualificare il Fascicolo sono "comprensibile", "elegante" e "utile", la parte di maggiore interesse quella concernente la rendicontazione sociale.

In termini di domande aperte i rilievi di maggiore interesse concernono:

- l'indicazione di un maggiore impegno da adottare nelle tematiche della finanza etica;
- l'impegno del Gruppo nei confronti di progetti innovativi e per la salvaguardia ambientale;
- i servizi per i Soci;
- aspetti di governance della banca Capogruppo;
- risorse intangibili.

Il **Bilancio Sociale 2007** è stato realizzato dal  
**Servizio Corporate Identity, Comunicazione Istituzionale e Stampa di Deltas**,  
 con il supporto del Servizio Comunicazione e Pubbliche Relazioni per l'illustrazione grafica  
 e con la collaborazione di numerosi Servizi del Gruppo.

Per ogni informazione è possibile contattare:  
 Servizio Corporate Identity, Comunicazione Istituzionale e Stampa - Deltas  
**Via Agnello, 20 - 20121 Milano**  
 e-mail: [bilanciosociale@creval.it](mailto:bilanciosociale@creval.it)

## Il questionario 2007



La Sua opinione su alcuni aspetti del Documento è gradita. Le osservazioni pervenute diverranno un importante punto di partenza per innovare la prossima edizione.

156

### Categoria di appartenenza

(possibilità di selezionare più categorie)

- Socio       Cliente       Dipendente       Fornitore       Collettività       Enti

### Com'è venuto a conoscenza del Bilancio Sociale?

- Assemblea       Interesse       Motivi di lavoro/  
studio       Conoscenti       Altro

## Qualità del bilancio e comportamento del Gruppo

Esprima una valutazione per ciascuno di questi elementi:

	Scarso	Sufficiente	Buono	Ottimo
<b>QUALITÀ E LEGGIBILITÀ DEL BILANCIO</b>				
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"/>
<b>COMPORTEMENTO DEL GRUPPO</b>				
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"/>

Se dovesse descrivere il Bilancio 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?

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

### GRAZIE PER LA COLLABORAZIONE

Il questionario può anche essere compilato sul sito [www.creval.it](http://www.creval.it), consegnato presso una filiale del Gruppo oppure spedito al seguente indirizzo:

**Servizio Corporate Identity, Comunicazione Istituzionale e Stampa - Deltas**

Via Agnello, 20 - 20121 Milano; Fax 02-80637297

## Glossario

### ABI

Associazione Bancaria Italiana.

### ATM

Automated teller machine: sportello automatico per la distribuzione di contanti e l'effettuazione di funzioni dispositive e informative bancarie.

### Azioni

Titoli rappresentativi di quote del capitale di una società. A fronte di quotazione in Borsa, il loro valore varia continuamente ed è soggetto alle fluttuazioni dei mercati in cui sono quotate (Borse). La remunerazione è variabile e dipende dalla fluttuazione del valore di Borsa (capital gain) e dai dividendi (dividend gain) distribuiti dalla società.

### Bilancio Sociale

Documento di rendicontazione dell'attività d'impresa in senso economico, sociale e ambientale.

### Call center

Dispositivi e sistemi informatici atti a gestire, in modo ottimizzato, le chiamate telefoniche verso un'azienda mirate all'acquisizione di informazioni sullo stato dei rapporti e/o all'indicazione di operazioni da effettuare sui conti in essere.

### CBI

Corporate Banking Interbancario - servizio di remote banking riservato alle imprese che permette di lavorare direttamente, tramite il proprio computer, con tutte le banche con le quali intrattengono rapporti.

### Compliance

Conformità alle norme di regolamentazione e vigilanza.

### Corporate governance

Insieme di processi, politiche, abitudini, leggi e istituzioni che regolano e influenzano le modalità con cui una società è amministrata e controllata.

### CSR

Corporate Social Responsibility - responsabilità sociale d'impresa (vd. voce relativa).

### Dividendo

Parte degli utili netti di una società per azioni spettante agli azionisti in ragione delle azioni possedute.

### E-banking

Opportunità offerta ai clienti di effettuare operazioni bancarie informative e dispositive attraverso la connessione Internet.

L'offerta del Gruppo si sostanzia tramite il servizio [banc@perta](mailto:banc@perta).

### IBS

Istituto Europeo per il Bilancio Sociale.

### ICI

Imposta Comunale sugli Immobili.

### Internet

Rete telematica mondiale in grado di collegare reti di computer interconnesse mediante le quali sono scambiate informazioni accessibili a tutti gli utenti.

### Intranet

Rete locale, o raggruppamento di reti locali, usata all'interno di una organizzazione con accesso riservato al personale dell'impresa.

### ISO (International Organisation for Standardisation)

Organizzazione internazionale per la standardizzazione - ente non governativo fondato nel 1947 per garantire lo sviluppo di standard internazionali.

### ISO 9001

Certificazione dei Sistemi di Gestione della Qualità legata all'ottimizzazione dei processi.

### Linee guida ABI

Toolkit operativo al servizio delle banche attive sul tema della RSI elaborato nell'ambito di un confronto multistakeholder.

### Logotipo

Rappresentazione grafica di un prodotto o un marchio.

### Media

Mezzi di comunicazione di massa - in particolare televisione, radio, cinema, stampa, Internet.

### Mission

Dichiarazione di intenti strategici istituzionalizzati che l'impresa si propone di raggiungere in un'ottica di condivisione da parte di tutta l'organizzazione.

**Mobile banking**

Operazioni bancarie effettuate dalla clientela tramite una connessione remota con la propria banca effettuata per mezzo di reti di telefonia cellulare.

**No profit**

Senza scopo di lucro. Il termine si applica ad organizzazioni i cui utili sono interamente reinvestiti per l'auto-sviluppo.

**Obbligazioni**

Titoli di credito rappresentativi dei debiti che le società azionarie contraggono con i risparmiatori per raccogliere i capitali occorrenti alla loro attività. Possono essere a tasso fisso o a tasso indicizzato - in quest'ultimo caso prevedono l'adeguamento automatico del rendimento alla variazione di un determinato parametro (di solito un tasso di mercato).

**Onlus**

Organizzazione non lucrativa di utilità sociale.

**PattiChiari**

Marchio certificato a rappresentare l'impegno di ABI e di un consorzio di banche a offrire al cliente informazioni chiare e confrontabili che favoriscono la comprensione dei prodotti finanziari. Per conseguire e mantenere la certificazione le aziende di credito aderenti si sottopongono a regolare verifica da parte di un ente esterno.

**RAV**

Ruoli Mediante Avviso - bollettino utilizzato dai concessionari che trattano la riscossione di somme iscritte a ruolo.

**Rating**

Metodo utilizzato originariamente per classificare sia i titoli obbligazionari sia le imprese in base alla loro rischio-sità, sulla base della solidità finanziaria delle stesse e delle loro prospettive. Viene espresso attraverso un voto in lettere, in base al quale il mercato stabilisce un "premio per il rischio" legato all'azienda che lo ha conseguito.

**Responsabilità sociale d'impresa (RSI)**

Non esiste una definizione univoca del termine. Secondo la caratterizzazione più comunemente accettata, presente nel Libro Verde della Commissione europea dal titolo dal titolo "Promuovere un quadro europeo per la respon-

sabilità sociale delle imprese", la RSI è "l'integrazione volontaria, da parte delle imprese, delle preoccupazioni sociali ed ecologiche nella loro attività e nei rapporti con le parti interessate".

**Risorse intangibili**

"L'insieme delle attività che presentano caratteristiche di immaterialità e che scaturiscono dall'accumulo di conoscenze, competenze e informazioni dell'impresa o dalle dinamiche relazionali che si instaurano tra questa e l'ambiente di riferimento." ("Il capitale intellettuale: misurazione, gestione e valorizzazione. Prospettive di analisi e prassi manageriali per il settore dei servizi finanziari", D. Previati e P. Vezzani (a cura di), 2007).

**SA 8000 (Social Accountability)**

Standard internazionale relativo a organizzazioni che volontariamente forniscono garanzia di eticità del proprio ciclo produttivo, sulla base di nove requisiti sociali formalizzati.

**Stakeholder**

"Portatori di interessi": individui o categorie che hanno un interesse in essere con riferimento all'attività dell'impresa e che con il loro comportamento possono influenzarne l'attività.

**Sviluppo sostenibile**

Forma di sviluppo che non compromette la possibilità delle future generazioni di perdurare nella crescita preservando la qualità e la quantità del patrimonio e delle risorse naturali.

**Valore Aggiunto**

Differenza tra il valore dei beni e servizi prodotti e il valore dei beni e servizi acquistati per essere impiegati nel processo produttivo - costituisce una misura dell'incremento del valore dell'attività economica.

**Vision**

Trasposizione - con un obiettivo temporale di medio-lungo termine - di uno scenario futuro che rispecchia gli ideali, i valori e le aspirazioni dell'azienda.

**Warrant**

Opzione emessa da una società per l'acquisto di una certa quantità di proprie azioni ad un prezzo e ad una scadenza prefissati.



stesura fotografie Paolo Baroli (Deltas, Servizio Corporate Identity, Comunicazione Istituzionale e Stampa)  
si ringraziano i collaboratori: Ivan Bracelli, Paolo Camanni, Giovanni Ciurlia, Luca Della Moretta, Roberto Grazioli, Adriano Plati, Vittorio Pontoni, Enzo Rocca, Massimiliano Simola, Giuseppe Sironi e tutti i dipendenti che hanno contribuito a costituire l'archivio fotografico 2007 del Gruppo

progetto grafico e impaginazione ● **elever srl** - [www.elever.it](http://www.elever.it)

stampa **Intese Grafiche**

Realizzato con carta patinata ecologica e riciclata.



Certificata FSC Mixed Sources COC-000010.

