

2006

**Bilancio Sociale**

Introduzione Il valore di rendere conto	Pg. 4
Lettera del Presidente	Pg. 5
1. Responsabilità sociale e Gruppo Credito Valtellinese	Pg. 7
2. L'identità del Gruppo	Pg. 15
3. Il Valore Aggiunto e la sua distribuzione	Pg. 31
4. Le relazioni di scambio sociale	Pg. 35
5. La relazione ambientale	Pg. 83
6. Le linee programmatiche e gli obiettivi di miglioramento	Pg. 89
7. Il sistema di rilevazione	Pg. 93
Glossario	Pg. 98

pg.  
7

RESPONSABILITÀ SOCIALE E GRUPPO CREDITO VALTELLINESE

pg.  
31

IL VALORE AGGIUNTO E LA SUA DISTRIBUZIONE

pg.  
35

LE RELAZIONI DI SCAMBIO SOCIALE

pg.  
83

LA RELAZIONE AMBIENTALE

# Il valore di rendere conto

Il Bilancio Sociale del Gruppo Credito Valtellinese (primo in Italia nel sistema bancario a redigere questa forma di "rendicontazione sociale") compie dodici anni.

Rispetto alla prima versione non solo è cambiato sensibilmente lo scenario di riferimento; la stessa operatività del Gruppo ha assunto nuove dimensioni nel senso di un ampliamento progressivo della presenza sul territorio nazionale e di una diversificazione e specializzazione delle attività, in risposta alle sfide di una competizione sempre più marcata. Non è venuta meno la ragione essenziale della sua nascita, costituendo una modalità forte di comunicazione e di trasparenza in linea con la propria storia: banche locali e imprese di finanza specializzata e di produzione a matrice cooperativa e solidaristica, socialmente responsabili, legate a un'identità originaria distintiva e forte. Il "valore di rendere conto" rappresentato è parte integrante di un processo di confronto aperto con la comunità di riferimento, il territorio e più in generale la società.

Vi è enfatizzato un ruolo "evoluto" dell'attività d'impresa – attore economico primario, ma al tempo stesso soggetto attivo nel contesto di riferimento. In occasione dell'edizione relativa all'anno 1997 già veniva sottolineato, a proposito del Gruppo, il ruolo di "co-motore dello sviluppo armonico ed equilibrato del tessuto imprenditoriale e culturale di riferimento"; nel corso del tempo non è venuta meno l'esigenza di specificare sempre meglio, accanto agli aspetti prettamente economici riscontrabili nel tradizionale bilancio d'esercizio, la natura di un insieme di

imprese caratterizzate dalla capacità di creare ricchezza – intendendo con questo termine una grandezza composita, che assicuri la capacità di soddisfare le molteplici esigenze dei portatori di interesse (in senso economico, sociale e ambientale) al servizio delle comunità locali di insediamento e della collettività nel suo complesso.

Il Bilancio Sociale costituisce così uno strumento insostituibile di chiarificazione delle qualità e quantità di relazioni con i gruppi di interesse (Soci, clienti, dipendenti, media, fornitori, stato, autonomie locali e istituzioni, collettività)

al fine di evidenziare in modo completo, corretto e trasparente la modalità di generazione del valore intesa nel suo senso più ampio – in termini quindi di Valore Aggiunto – e il suo "riverbero" sul territorio. Rappresenta e definisce un vero e proprio "capitale sociale" – un bene collettivo che si nutre di valori condivisi, incorporato nelle relazioni interpersonali di tipo fiduciario, intangibile. La cura di tali diverse relazioni contribuisce in senso forte al mantenimento e all'ulteriore acquisizione dei fattori "credibilità" e "reputazione",

in un'ottica di reciproco vantaggio – del Gruppo nel suo complesso, ma anche di tutti gli stakeholder.

Il Bilancio Sociale si articola in sette capitoli:

1. responsabilità sociale e Gruppo – principi e iniziative intraprese nel settore;
  2. l'identità del Gruppo – con riferimento in particolare a struttura, mission, valori costitutivi, risorse intangibili e modello di funzionamento;
  3. il Valore Aggiunto e la sua distribuzione – creazione della ricchezza generata e sua ripartizione ai portatori di interesse;
  4. le relazioni di scambio sociale – rapporti con gli stakeholder, esaminati dal punto di vista numerico e qualitativo;
  5. la relazione ambientale – impatti ecologici dell'attività;
  6. le linee programmatiche e gli obiettivi di miglioramento – mete raggiunte nel 2006 e traguardi per il 2007;
  7. il sistema di rilevazione – relazione della società di revisione e metodologia di valutazione del Bilancio Sociale 2005.
- Un glossario conclude il documento.



## Nota metodologica

La strutturazione e i contenuti del Bilancio Sociale rispondono al modello di ABI "Il rendiconto agli stakeholder. Una guida per le banche" e di IBS (Istituto Europeo per il Bilancio Sociale).

L'adesione a tale schema integrato ABI/IBS intende valorizzarne la metodologia e le linee-guida di articolazione e definizione, focalizzate alla definizione dei contenuti di un Bilancio Sociale mirato al settore del credito.

# Banche popolari e responsabilità sociale: una storia naturale

Il Gruppo Credito Valtellinese possiede nel proprio patrimonio genetico l'impronta cooperativa propria delle banche popolari. Ne è testimonianza evidente e primaria il Bilancio Sociale, inteso come vero e proprio "rendiconto volontario agli stakeholder" – oltre alle finalità economiche del nostro operato, vi sono evidenziate le risultanze in termini di "utilità sociale" della nostra attività quotidiana: il riscontro sotto forma di risorse e benefici per la pluralità dei "portatori di interessi" che gravitano intorno alle quindici società iscritte nel perimetro unitario di Gruppo.

Una fotografia da vicino, quasi una radiografia basata sulla convinzione che possiamo operare meglio all'interno di un contesto di consenso e di soddisfazione di molteplici soggetti la cui qualità di vita è collegata all'esistenza e allo sviluppo del nostro Gruppo. Si tratta per noi di valorizzare anche per questa via il rapporto con le comunità locali, che si giova dell'adozione di un modello organizzativo a rete che già di per sé stesso stimola al confronto e al miglioramento continuo.

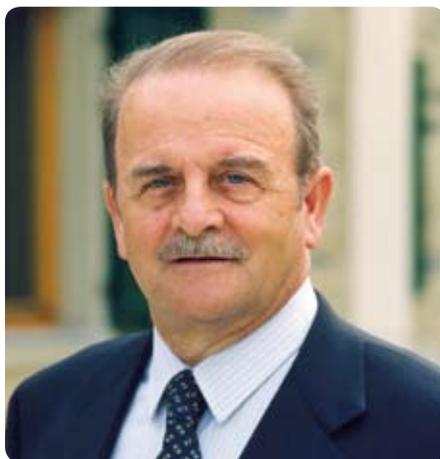
Dal 1995 sottolineiamo la valenza della creazione e distribuzione del Valore Aggiunto rendendone esplicito e quantificabile un percorso di crescita sostanziale, evidenziando come la prosperità delle comunità sia determinata anche dai suoi valori solidaristici e dalla capacità di produrre risparmio e ricchezza contemperando il perseguimento del profitto con il bene comune.

La moderna declinazione dell'impegno al servizio dei contesti territoriali e sociali di insediamento si chiama per noi "responsabilità sociale", cui è dedicata la sezione introduttiva di quest'ultima edizione del Bilancio Sociale, solido fondamento valoriale inteso a sottolineare la valenza strategica di una serie di elementi distintivi per noi irrinunciabili, perseguiti con determinazione e che vorrei citare uno ad uno:

- cultura d'impresa, costituita essenzialmente da "valori e modi di pensare";

- integrità;
- cooperazione – principio di democrazia economica basata sulle persone e non sul capitale e declinata come uguaglianza tra i Soci nell'assumere le decisioni indipendentemente dal possesso azionario;
- centralità della risorsa umana;
- principi di autonomia e libertà;
- solidarietà e sussidiarietà;
- coesione sociale.

Questi elementi si uniscono idealmente e si fondono con i punti di forza tipicamente "aziendalistici" del Gruppo Credito Valtellinese – qualità del servizio, approccio



*« La moderna declinazione dell'impegno al servizio dei contesti territoriali e sociali di insediamento si chiama per noi "responsabilità sociale" »*

proattivo e tempestività delle risposte ai clienti, personalizzazione della relazione (basata su legami di vicinanza e sulla continuità nel tempo), rapporti fiduciari, sostegno alle famiglie e alle piccole e medie imprese, innovazione, qualità certificata. Come recita il "pay-off" del Gruppo, "Valori in corso".

Intendiamo la nostra natura di Gruppo a matrice popolare come una sorta di "storia naturale" – nata e mantenutasi in linea con principi di responsabilità sociale – che conduce a una "cooperazione di interessi" tra i diversi interlocutori sintetizzabile in una

funzione-obiettivo univoca benché articolata: idealmente, si tratta di scegliere il "luogo" in cui il surplus prodotto viene massimizzato e distribuito in modo da accrescere a sua volta finché possibile il prodotto delle utilità degli stakeholder. Al di là degli obblighi previsti dalle leggi e delle stesse norme etiche individuali, nella gestione quotidiana degli affari e delle relazioni cerchiamo di contemperare gli interessi di tutti gli stakeholder e l'impatto del nostro operato sia a livello economico, sia sociale e ambientale.

Un comportamento socialmente responsabile contribuisce fortemente a creare e mantenere un elevato capitale reputazionale:

- garantendo coesione e coerenza nei confronti delle realtà che sviluppano forme di interazione con il Gruppo;
- favorendo un ambiente di lavoro migliore, più sicuro e motivante sulla base dell'aumento del grado di consenso e di legittimazione sociale dell'attività d'impresa.

In questo quadro, continuiamo ad intendere la nozione di profitto in senso non esaustivo: necessario per la prosecuzione stessa dell'attività d'impresa, è fondamentale che mantenga profili di coerenza nel tempo e risulti sostenibile vale a dire orientato al lungo periodo – spesso abbiamo utilizzato al proposito la metafora del "maratoneta", che mi sembra che ancora oggi fornisca un'immagine chiara del nostro cammino.

Anche in questa era di grande complessità e turbolenza, caratterizzata dalla parola d'ordine della globalizzazione, è il localismo inteso come "senso della prossimità" a legare le aziende di credito presenti sul territorio con gli operatori – Soci e clienti; unito a meccanismi di governo di Gruppo fondati su processi decisionali evoluti e a sistemi organizzativi snelli ed efficienti, risulta la chiave per la "generazione del reddito in un sistema aperto" in cui i molteplici aspetti dell'attività si sostengono e si rafforzano reciprocamente.

Giovanni De Censi  
Presidente Credito Valtellinese



Lago Grande (metri 1.889) in Val del Drogo sopra Chiavenna (So)

# 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

Il ruolo della Fondazione

La responsabilità sociale all'interno del Gruppo Credito Valtellinese

Iniziative

# La responsabilità sociale

La gestione delle relazioni che le aziende instaurano e mantengono nel tempo con i propri portatori di interessi ne caratterizza la responsabilità sociale, intendendo con questo termine "un orientamento strategico di fondo, espressione delle scelte valoriali dell'impresa, che si traducono in un nuovo modo di fare banca basato su una modalità di gestione strategica dell'impresa, orientata a sviluppare e valorizzare le relazioni con i diversi soggetti, gli stakeholder, con cui l'impresa bancaria ha relazioni continuative" (ABI, "Il rendiconto agli stakeholder. Una guida per le banche", Bancaria Editrice, 2006, pg 8).

Numerosi fattori alimentano l'evoluzione verso una consapevolezza in questi termini, tra cui rilevano in particolare:

- criteri di natura non strettamente economica che influiscono sempre più sull'immagine delle imprese e sulle decisioni di investimento dei risparmiatori;
- il rilievo dell'attività produttiva in termini di coesione sociale e salvaguardia dell'ambiente.

Su questa base si afferma sempre più un approccio che pone al centro delle strategie aziendali le aspettative degli stakeholder e il principio del

miglioramento e dell'innovazione continui. Pratiche socialmente responsabili aiutano a soddisfarle.

Lo sviluppo del dibattito e la progressiva adozione di "strumenti" di responsabilità sociale, resi a volte espliciti in sede di declinazione della mission d'impresa, riflettono l'evoluzione stessa della *governance* aziendale – la considerazione delle questioni sociali e ambientali costituisce sempre più un elemento importante dell'attività intesa in senso lato e sempre più "aperto", cioè in grado di cogliere le sollecitazioni provenienti dall'ambiente esterno, a sua volta influenzato dall'attività di impresa.

## La responsabilità sociale in Europa



Copenaghen. Porto di Nyhavn

Il Libro Verde pubblicato dalla Commissione europea nel luglio 2001 dal titolo "Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese" costituisce il primo passo effettivo compiuto dalle autorità di Bruxelles in direzione della costruzione di una strategia integrata di responsabilità sociale delle imprese.

Il documento ha un duplice obiettivo:

1. dare vita ad un confronto strutturato sull'argomento;
2. definire le modalità di costituzione di un partenariato inteso a favorire lo sviluppo di

una struttura europea di promozione di tale ambito.

Il dibattito scaturito dalla consultazione del Libro Verde ha dato vita l'anno seguente alla "Comunicazione sulla Corporate Social Responsibility" (CSR), in cui è esposta la strategia comunitaria di promozione della responsabilità sociale delle imprese, intesa come "un contributo delle imprese allo sviluppo sostenibile, cioè un approccio di gestione aziendale che rafforza la competitività, la coesione sociale e la protezione dell'ambiente".

Nel marzo 2006 una nuova Comunicazione sul tema ha determinato l'ultimo stato dell'arte. Il documento assegna all'impresa il ruolo di "regista sulla responsabilità sociale" che può contribuire allo sviluppo dell'economia europea attraverso varie leve, tra cui:

- l'innovazione di processo e

di prodotto, anche attraverso specifici programmi di formazione e di educazione;

- l'inclusione sociale;
- la creazione di un mercato competitivo.

Ne è ribadito il carattere volontario, in cui centrale resta l'importanza del dialogo e del coinvolgimento degli stakeholder.

Ad oggi la Commissione europea persegue una "strategia di responsabilità sociale" caratterizzata da tre priorità:

1. la promozione di buone pratiche;
2. la credibilità delle dichiarazioni relative;
3. la coerenza delle politiche pubbliche in materia.



Bruxelles. La Grande Place

## La responsabilità sociale in Italia



Roma. Il Campidoglio

Con il documento CSR-SC (Corporate Social Responsibility-Social Commitment), a cura del ministero del lavoro e delle politiche sociali, l'Italia ha offerto il proprio contributo alla definizione di un quadro europeo comune di riferimento sulla responsabilità sociale delle imprese. Caratteristica distintiva del progetto è l'attenzione dedicata alle piccole e medie imprese - struttura connettiva fondamentale dell'economia del Paese - promuovendo la diffusione di adeguati strumenti gestionali e accrescendo la consapevolezza dei

potenziali vantaggi competitivi che possono derivare dall'assunzione di comportamenti socialmente responsabili.

Il piano è stato presentato durante il semestre italiano di Presidenza della Unione Europea nella seconda metà del 2003, conclusosi con una dichiarazione che affermava tra l'altro come, al fine di diffondere con successo la CSR tra le imprese,

siano necessari in particolare i seguenti elementi:

- la volontarietà: le pratiche devono essere basate sull'autonoma e libera decisione di adottarle;
- un linguaggio comune: nella costruzione delle politiche e attività occorre disporre di una griglia di lettura condivisa;
- la creazione di valore: la performance di un'impresa dipende da diversi elementi di

tipo intangibile quali tra gli altri il valore della conoscenza e la capacità di innovare, il consenso e la fiducia delle diverse categorie di stakeholder, la reputazione e, in ultima analisi, la disponibilità a contribuire al benessere della comunità. Principi praticati di responsabilità sociale d'impresa sono in grado di generare un vantaggio competitivo per l'azienda.



Panorama di Firenze

## La responsabilità sociale per un Gruppo bancario cooperativo

Sin dai loro albori i valori cooperativi si sono radicati fortemente nella società ed hanno contribuito ad animare l'imprenditorialità diffusa diffondendo i principi della responsabilità, cooperazione e solidarietà all'interno di un contesto di ricerca di maggiore benessere per la comunità nel suo complesso.

La responsabilità sociale costituisce per un Gruppo bancario a matrice cooperativa una storia "naturale" - parte integrante della propria identità, resa visibile dalla specifica operatività

a livello locale e dal peculiare modello di business adottato. Rappresenta un principio fondante della propria stessa esistenza, sovente iscritto implicitamente negli stessi statuti delle banche popolari, e contribuisce all'esistenza ed al rafforzamento di vere e proprie "reti di fiducia" tra banche del territorio e popolazione.

Un primo esempio concreto di "pratiche di responsabilità sociale" è offerto dal finanziamento fornito alle economie locali, in grado di sostenere opportunità per le aree di insediamento (in termini

di senso di appartenenza, occupazione e coesione sociale) di norma non offerte da operatori interessati al ritorno reddituale di breve periodo. Un secondo rilievo misurabile è fornito dalla partecipazione attiva alla vita e alla crescita delle comunità presenti nei luoghi di insediamento delle filiali delle banche del Gruppo attraverso iniziative che assumono la forma di sostegno culturale ed artistico, di interventi nel settore sociale e della beneficenza, di orientamento e formazione, di sponsorizzazione.

## La responsabilità sociale all'interno del Gruppo Credito Valtellinese



L'adozione di strumenti di CSR implica un modello innovativo di governance delle relazioni tra impresa e stakeholder basato su una sorta di "contratto sociale" teso a bilanciare le legittime aspettative dei portatori di interesse. Il Gruppo Credito Valtellinese intende questa dimensione come ricerca di un equilibrio dinamico in grado di soddisfare nella maggiore misura possibile gli interessi di ogni stakeholder sulla base di valori esplicitati e di regole di condotta formalizzate – in particolare nel codice comportamentale, in cui sono indicati i principi di orientamento dell'attività richiesti ad ogni collaboratore.

Storicamente il Gruppo ha sempre considerato la responsabilità sociale come uno degli elementi costitutivi e distintivi del proprio DNA, caratterizzandosi per il crescente impegno e per la volontà di essere parte attiva nei processi di sviluppo territoriale, sia economici sia culturali, e nelle iniziative sociali intraprese nelle zone di operatività. In linea con la matrice cooperativa originaria, la filosofia che ne orienta l'esistenza e il processo di crescita è fondata sui principi della mutualità e appunto della responsabilità sociale d'impresa, declinata nei termini che seguono.

## Il ruolo della Fondazione

L'esigenza fortemente avvertita di concorrere alla promozione delle aree geografiche servite in una linea di coerenza con i principi della responsabilità sociale d'impresa trova importante espressione nell'attività della Fondazione

Gruppo Credito Valtellinese. L'impegno – alimentato dai contributi erogati dalle banche del Gruppo – si indirizza al compimento di numerosi e qualificati interventi nel campo delle attività sociali e benefiche, dell'orientamento professionale

e della formazione, della cultura ed arte e degli studi, ricerche e convegni. L'attività della Fondazione è esplicitata nel capitolo 4, dedicato alle "Relazioni di scambio sociale", all'interno della sezione riservata alla collettività.

## Certificazione di responsabilità sociale d'impresa

Nel corso del 2004 il C.I.S.E. - Centro per l'Innovazione e lo Sviluppo Economico - ha concesso alla Fondazione Gruppo Credito Valtellinese la certificazione SA 8000 (Social Accountability - Responsabilità Sociale) per la promozione e il sostegno di iniziative finalizzate al progresso culturale, scientifico, sociale, socio-economico e morale, convalidando il rispetto di una serie di requisiti necessari per l'attuazione delle attività orientate al miglioramento della trasparenza, efficienza ed efficacia intraprese e tese alla soddisfazione di tutti i portatori di interesse. La norma SA 8000, riconfermata nel corso del 2006, rappresenta il primo standard diffuso a livello internazionale in materia, applicato alle organizzazioni per valutare in quale misura le

stesse ottemperino ai requisiti previsti in termini di diritti umani e sociali. Più specificamente, è richiesto il rispetto da parte delle imprese di otto "requisiti sociali" specifici orientati all'incremento della capacità competitiva delle organizzazioni che volontariamente forniscono garanzia di eticità del proprio ciclo produttivo. Il modello prevede un nono requisito di carattere generale relativo all'adozione di un sistema di gestione della responsabilità sociale orientato al miglioramento continuo. Il sistema di cui alla norma SA 8000 è oggi adottato e applicato dalla Fondazione quale strumento gestionale - inteso come insieme

di norme e procedure - che garantisce e rafforza i principi di eticità, sussidiarietà e sostenibilità che sottendono le iniziative per la promozione del progresso sociale, culturale ed economico delle realtà locali.



# Iniziative

La declinazione degli strumenti di responsabilità sociale del Gruppo è riassumibile in una serie di iniziative assunte da tempo o intraprese per la prima volta nel 2006.

## a) Quotazione in Borsa



La Borsa di Milano

La quotazione in Borsa costituisce uno stimolo allo sviluppo della responsabilità sociale.

Anche per questa via, gli aspetti legati alla trasparenza e correttezza dei comportamenti acquisiscono sempre più importanza ed entrano in relazione diretta con il disegno di sviluppo dell'impresa e con la capacità di soddisfare le aspettative degli stakeholder. Le azioni del Credito Valtellinese sono quotate al listino principale della Borsa di Milano dal 1994 (al Mercato ristretto dal 1981), i titoli del Credito Artigiano dal 1999.

L'apertura del capitale al pubblico e il conseguente afflusso di nuovi fondi raccolti rappresentano il punto di partenza per lo sviluppo e la crescita della visibilità e delle dimensioni delle due banche, in linea con la natura di Gruppo a matrice cooperativa che identifica la disciplina del mercato come "bussola di orientamento".

## b) Qualità certificata

L'11 dicembre 1995 la banca Credito Valtellinese ha ottenuto la prima certificazione della qualità in base al dettato della norma internazionale ISO 9001. Negli anni successivi sono stati progressivamente sottoposti a certificazione tutti i principali processi in cui si articola l'operatività del Gruppo.

Offrire al mercato un servizio di qualità costituisce un impegno costante, finalizzato al pieno soddisfacimento delle esigenze dei clienti. Su questa linea d'azione sono state mantenute negli anni le certificazioni di conformità ottenute da parte del CISQCERT - organismo indipendente di certificazione dei sistemi di gestione aziendali - di seguito riepilogate con riferimento alle singole società:

- Credito Valtellinese, Credito Artigiano, Credito Siciliano e Banca dell'Artigianato e dell'Industria: processi del credito, trasferimenti, finanza e servizi di tesoreria e cassa in favore di Enti pubblici e privati;
  - Bancaperta: erogazione di servizi bancari mediante supporto Internet e di servizi di gestione del risparmio;
  - Bankadati Servizi Informatici: gestione del sistema informativo del Gruppo;
  - Crypto: progettazione, sviluppo e manutenzione di applicazioni software;
  - 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.
- Nel corso del 2006 la nuova società del Gruppo Creset Servizi Territoriali,

subentrata a Rileto nella gestione dei processi della fiscalità locale - i servizi offerti in collaborazione con i comuni dei comprensori territoriali serviti - ha ottenuto la certificazione di qualità per queste attività.



## c) "PattiChiari"

"Capire di più per scegliere meglio, in banca" è il messaggio fondamentale lanciato dall'Associazione Bancaria Italiana in occasione dell'iniziativa "PattiChiari", cui aderiscono in modo volontario le banche del Gruppo Credito Valtellinese, iscritte nel gruppo dei promotori dell'iniziativa.

Il Consorzio PattiChiari intende consolidare le relazioni tra aziende di credito e clienti attuali e potenziali sulla base di legami di fiducia e di un dialogo chiaro e trasparente – a tal fine ha definito una serie di servizi caratterizzati da tre elementi:

1. severità e affidabilità, mediante protocolli di certificazione, check-list di controllo specifiche per ogni iniziativa, verifiche nel tempo su un campione di sportelli delle banche aderenti al Consorzio;



Capire di più per scegliere meglio, in banca

2. riconoscibilità, tramite un marchio apposito, per offrire concretezza alle attese dei clienti;

3. credibilità della promessa, attraverso un'informativa puntuale ai clienti sul livello di servizio che le aziende di credito si impegnano a fornire.

La mission del Consorzio è di natura culturale-informativa: offrire al cliente un'ampia disponibilità di informazioni consentendo l'effettuazione di raffronti tra le diverse offerte del settore e per questa via accrescendo la consapevolezza dello stesso nei confronti delle banche e dei prodotti

proposti. I servizi offerti al momento sono dieci. Nei confronti della collettività nel suo insieme:

- Faro (Funzionamento ATM Rilevato On-line);
- obbligazioni bancarie strutturate e subordinate;
- obbligazioni a basso rischio;
- conti correnti a confronto;
- servizio bancario di base;
- disponibilità degli assegni;
- investimenti finanziari a confronto;
- cambio conto.

Per le imprese:

- tempi medi di risposta sul credito alle piccole imprese;
- criteri generali di valutazione delle capacità di credito delle piccole e medie imprese.

Nel 2006 Credito Valtellinese, Credito Artigiano, Credito Siciliano e Banca dell'Artigianato e dell'Industria hanno ottenuto la certificazione del CISQCERT di conformità ai protocolli PattiChiari per le prime otto iniziative poste in essere dal Consorzio – nel caso di Bancaperta l'attestazione è limitata a soli quattro ambiti ("servizio bancario di base", "disponibilità degli assegni", "tempi medi di risposta sul credito alle piccole imprese" e "criteri generali di valutazione della capacità di credito delle piccole e medie imprese") in quanto i restanti non rientrano nelle linee di business della banca. Nel 2007 si completerà l'avvio operativo degli ultimi due servizi predisposti in ordine di tempo ("investimenti finanziari a confronto" e "cambio conto"), che saranno a loro volta sottoposti a verifica di certificazione.

## d) Internet Saloon

Partita su base sperimentale nel 1998 per avviare a Milano corsi di Internet e informatica di base per la terza età, l'iniziativa "Internet Saloon" – creata in unione con l'Associazione Interessi Metropolitan (AIM) e Microsoft – si è sviluppata nel tempo e dal 2000 è ospitata presso il Palazzo delle Stelline in Milano, divenendo una "scuola stabile per senior". Dal 2004, in collaborazione con l'Amministrazione Comunale di Sondrio, è stata attivata una seconda presenza nel capoluogo valtellinese presso il Palazzo Municipale. L'interesse per un punto di aggregazione e formazione all'utilizzo della



Internet Saloon. Sede di Milano

"rete delle reti" è testimoniato dall'elevato numero di adesioni, vicino alle 20.000 unità, configurando l'iniziativa – strutturata con modalità didattiche mirate ad una fascia di età normalmente esclusa dai processi di alfabetizzazione informatica – come un vero e proprio luogo di socializzazione e di "servizio alla cittadinanza". Nel 2006 l'ambito dell'offerta formativa è cresciuto: ai corsi di Internet base, Internet avanzato, Word ed Excel si sono aggiunte attività sul sistema operativo Windows, il programma

di grafica Publisher, i sistemi antivirus e la sicurezza in rete, i servizi di Home Banking e Trading On-Line. A Milano sono stati organizzati corsi di fotografia digitale, informatica di base, creazione e gestione di un sito Internet; a Sondrio, in risposta alle numerose richieste, si sono ampliati i requisiti anagrafici per la partecipazione – le iscrizioni, precedentemente riservate alle persone con oltre 50 anni di età, sono ora consentite a partire dal compimento del 30° anno.

Dal 2005 la gestione di Internet Saloon è affidata alla Fondazione Gruppo Credito Valtellinese.

## e) L'impegno nei confronti del settore no profit



Iniziativa mirata al settore no profit costituiscono un ulteriore filone di intervento del Gruppo in termini di responsabilità sociale d'impresa.

### ContoNoProfit

Con il lancio di "ContoNoProfit" le banche del Gruppo, in sintonia con i dettami di solidarietà e attenzione al tessuto sociale del territorio in cui operano, hanno proposto un conto corrente innovativo e senza spese riservato alle Onlus,

alle associazioni impegnate nei settori dell'assistenza sanitaria, dell'istruzione, della formazione, dello sport dilettantistico, della promozione della cultura e dell'arte e della tutela dei diritti civili.

In questo modo vengono soddisfatte le esigenze di gestione dei flussi finanziari di queste organizzazioni, offrendo nel contempo l'esenzione dalle spese di tenuta conto e un tasso di remunerazione molto interessante.

### Campagna "RID anch'io"

Il Gruppo aderisce all'iniziativa, promossa dall'Associazione Bancaria Italiana, che prevede l'applicazione di condizioni di gratuità in favore dei clienti che effettuano elargizioni a organizzazioni no profit tramite il servizio di domiciliazione bancaria RID (campagna "RID anch'io").

Eliminando il costo dell'operazione la domiciliazione bancaria garantisce una continuità nel tempo delle donazioni e, di conseguenza, maggiore capacità di pianificazione delle attività delle organizzazioni beneficiarie delle stesse. L'uso della forma tecnica della Rimessa Interbancaria Diretta permette di "rateizzare" l'importo, ad esempio su base mensile, con un beneficio anche per il donatore in termini di pianificazione e sistematicità dei propri contributi.

### Servizio di donazione a favore di ONLUS "QuiDonamat"

Le banche territoriali del Gruppo hanno aderito, in collaborazione con l'Istituto Centrale delle Banche Popolari Italiane, al nuovo servizio "QuiDonamat" - operativo su tutti gli sportelli ATM - che consente l'effettuazione di donazioni a favore di organizzazioni senza scopo di lucro da parte dei clienti titolari di carta di debito utilizzabile sul circuito PagoBancomat.

"QuiDonamat", offerto in forma gratuita, permette di eseguire l'erogazione godendo dei benefici fiscali previsti dalla normativa usufruibili in sede di dichiarazione dei redditi.

## f) Sportello per non udenti

Il Credito Artigiano e l'Ente Nazionale Sordomuti (ENS) hanno siglato nel corso dell'anno un'innovativa convenzione che prevede la realizzazione del primo sportello per non udenti e importanti agevolazioni sui prodotti bancari. L'abbattimento delle barriere comunicative con il cliente trova realizzazione presso la Sede di Piazza San Fedele a Milano; la postazione è gestita da un operatore-dipendente non udente in grado di interpretare correttamente le richieste dei clienti e proporre i prodotti e servizi finanziari offerti dalla banca. L'esperienza intende essere propedeutica all'apertura di nuove presenze dedicate all'interno delle filiali del Gruppo.



Il nuovo sportello dedicato ai non udenti presso la sede di Milano San Fedele del Credito Artigiano



Scorcio del Lago di Como

## CAPITOLO 2 - L'IDENTITÀ DEL GRUPPO



Articolazione del Gruppo

La storia: un anno al centenario

I valori fondanti

La matrice cooperativa del Gruppo

Il modello di funzionamento. L'articolazione a rete

Il localismo come fondamento dell'attività

Le risorse intangibili

Gruppo e comunità virtuale

Corporate governance

Il codice comportamentale

Le direttrici di evoluzione strategica. Nuovo Piano strategico 2007-2010

La rete territoriale

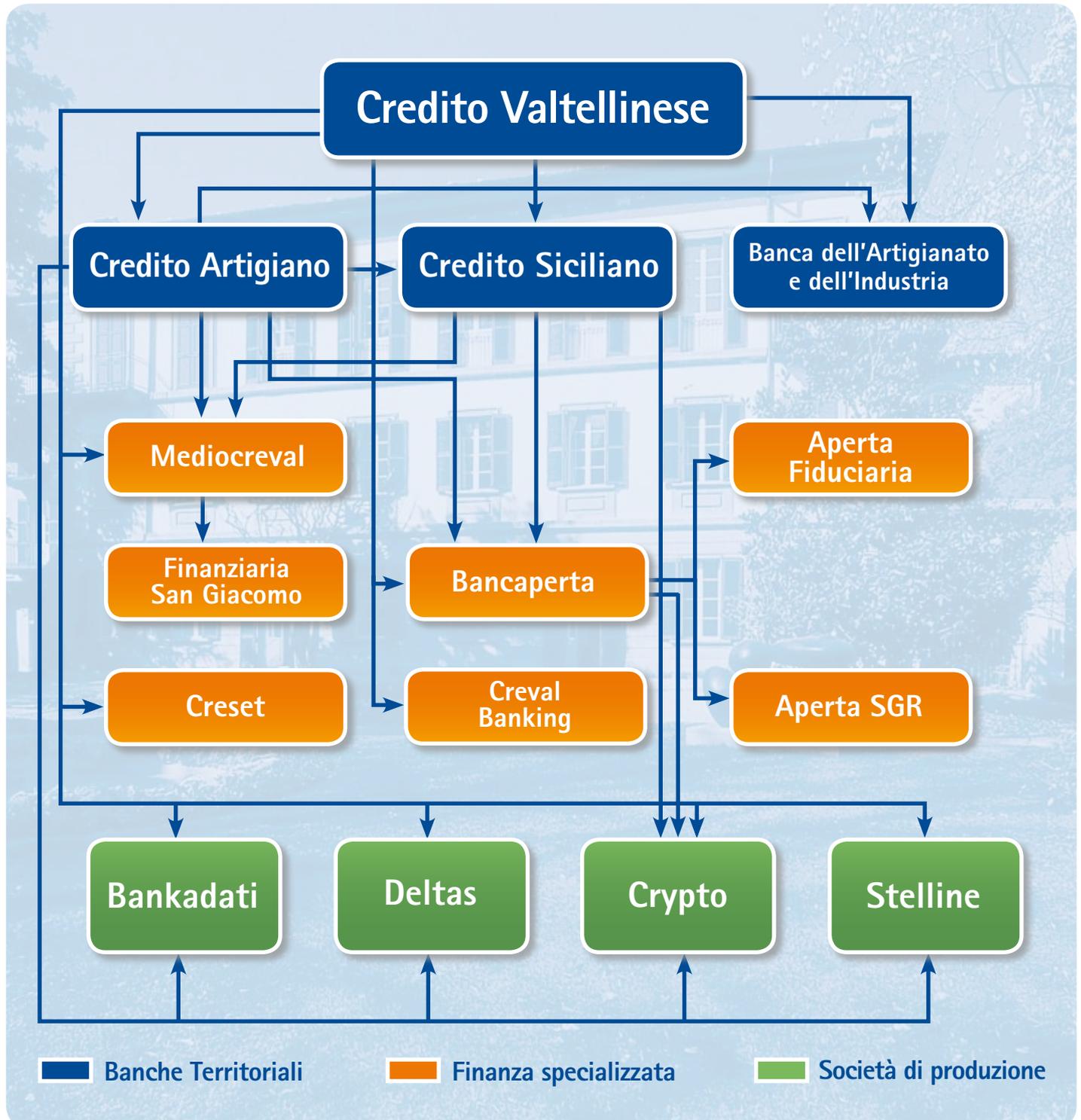
# Articolazione del Gruppo

La struttura del Gruppo al 31 dicembre 2006 è caratterizzata dalla presenza di quattro banche territoriali, sette società operative nel settore della finanza specializzata (tra cui Bancaperta e Mediocreval, quinta e sesta

aziende di credito iscritte nel perimetro) e quattro società di produzione.

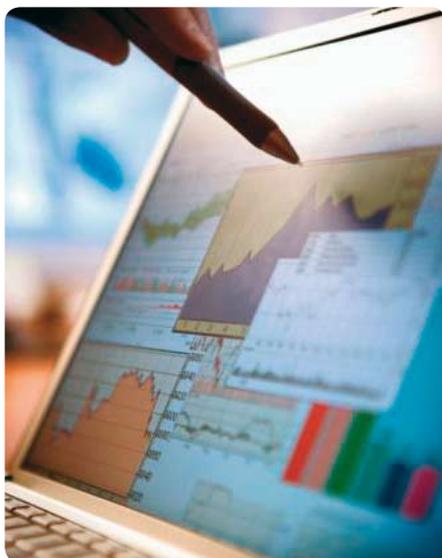
Connotato essenziale è l'esistenza di un disegno imprenditoriale unitario, formalizzato e conosciuto comune alle diverse società del Gruppo, che sono chiamate a realizzarlo.

La realizzazione del disegno imprenditoriale unitario conosce un momento di definizione, governo e controllo in Deltas, che supporta la banca Capogruppo Credito Valtellinese in tale attività.



L'articolazione del Gruppo, ripresa nella schematizzazione, è fondata su tre aree:

## 1) MERCATO



L'organizzazione delle banche territoriali - Credito Valtellinese (operante in provincia di Sondrio, Lecco, Como, Varese e Bergamo), Credito Artigiano (province di Milano, Pavia, Toscana e Lazio), Credito Siciliano (territorio della regione) e Banca dell'Artigianato e dell'Industria (provincia di Brescia e regione Veneto) -, appartenenti all'area "mercato", è incentrata sul *core business* bancario e finanziario - le reti di vendita - mentre le strutture centrali sono definite all'interno delle società operanti nelle aree "finanza specializzata" e "produzione".

## 2) FINANZA SPECIALIZZATA

- Bancaperta: banca specializzata nella gestione e nello sviluppo delle funzioni di finanza/tesoreria/banca-assicurazione delle banche del Gruppo, dei pagamenti elettronici (banca virtuale) e dei sistemi di pagamento;
- Aperta Fiduciaria: società operativa nell'esercizio dell'attività fiduciaria (amministrazione di beni per conto terzi, intestazione fiduciaria degli stessi, interposizione all'esercizio dei diritti eventualmente connessi, rappresentanza di azionisti ed obbligazionisti);
- Aperta SGR: società attiva nella gestione del risparmio collettivo e dei patrimoni istituzionali;
- Mediocreval: banca specializzata nei seguenti settori: presidio complessivo del rischio di credito di Gruppo; erogazione di finanziamenti a lungo termine, prevalentemente nel settore imprese; coordinamento e sviluppo di progetti inerenti all'area dell'erogazione del credito; assistenza e consulenza per le questioni legali; gestione dei crediti non performing; finanza d'impresa; fornitura del



"service" per i crediti speciali e per il leasing;

- Finanziaria San Giacomo: società operativa nell'acquisto e nello smobilizzo dei crediti in default relativi all'attività delle Banche del Gruppo;
- Creset - Servizi Territoriali: società per la gestione dell'attività di riscossione dei tributi locali.
- Creval Banking: società in fase di riposizionamento strategico dopo la cessione del ramo d'azienda relativo all'attività di private banking a Bancaperta in data 1 aprile 2006.

## 3) PRODUZIONE

Le economie di scala vengono realizzate nelle società di produzione:

- Deltas: società a supporto della Capogruppo per il coordinamento e controllo del disegno imprenditoriale unitario e di fornitura di servizi accentrati alle banche ed alle altre società del Gruppo;
- Bankadati Servizi Informatici: società che gestisce il sistema informativo/produttivo per le società del Gruppo;
- Crypto: società che sviluppa gli applicativi per le società del Gruppo;
- Stelline Servizi Immobiliari: società che gestisce le tematiche immobiliari del Gruppo.

## La storia: un anno al centenario

La banca Piccolo Credito Valtellinese nasce il 12 luglio 1908.

I passaggi dell'evoluzione dimensionale ed operativa da piccola banca di provincia a realtà composita di Gruppo presente a fine 2006 in cinque regioni e ventitre province italiane sono così riempiabili:

### 1908-1980

La banca realizza le prime acquisizioni

(nel 1937 Banca della Valtellina, Banco Fagioli di Chiavenna nel 1939) ed estende la rete territoriale nell'ambito della 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.



Vigneti in Valtellina



Milano. Galleria Vittorio Emanuele

### 1982

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

### 1983

E' 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



Roma. San Pietro

dimensioni unitarie del Gruppo la mission è radicalmente rivista, con l'assegnazione di compiti riguardanti da un lato il supporto alla Capogruppo per il coordinamento e controllo del disegno imprenditoriale unitario e dall'altro la fornitura di servizi di *corporate center* a favore delle altre componenti del conglomerato.

### 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.

### 1997

Technoleasing Italiana viene "trasformata" in banca e ridenominata Bancaperta; abbandonata l'originaria competenza nell'ambito del leasing, 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, sorta nel 1908 ad Acireale come Cassa Operaia dedita a finanziare le classi più disagiate e a combattere l'usura, e la Banca Popolare di Rho, che a sua volta incorpora la

Banca di Credito Cooperativo di Busto Arsizio.

Nasce la Fondazione Gruppo Credito Valtellinese.

### 1999

Si perfeziona l'acquisizione della Cassa San Giacomo, fondata nel 1896 a Caltagirone da don Luigi Sturzo con l'intento di salvaguardare i ceti più deboli, ed in particolare quello agricolo, dai rischi speculativi e usurari.

Grazie alla conclusione positiva dell'Offerta Pubblica di Acquisto lanciata dal Credito Artigiano, la Banca dell'Artigianato e dell'Industria di



Maremma

Brescia, costituita nel 1997, 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 Rileo, concessionaria del servizio nazionale della riscossione dei tributi per le province di Como e Lecco.

## 2002-2003

A seguito dell'espansione del perimetro del Gruppo si procede ad un riassetto organizzativo tramite le seguenti operazioni:

- costituzione, dall'unione della Banca Popolare Santa Venera e della Leasingroup Sicilia nella Banca Regionale Sant'Angelo, di una nuova e dinamica realtà al servizio della Sicilia: il Credito Siciliano;
- ridefinizione della mission della Cassa San Giacomo, che diventa una banca specializzata nelle aree della gestione del contenzioso, dell'amministrazione dei contratti



Vicenza

di leasing e della consulenza legale, oltre che dell'acquisizione di crediti non performing delle banche del Gruppo;

- perfezionamento dell'accordo di joint-venture con il partner Julius Baer, da cui deriva il mutamento della denominazione della Banca Popolare di Rho in Julius Baer Creval Private Banking e la sua specializzazione nel settore del private banking.

## 2003

Conclusione di un'alleanza strategica che prevede l'acquisizione di una partecipazione di minoranza qualificata

nella Banca Popolare di Cividale 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, che entra nel Gruppo come componente di finanza specializzata nel settore delle intestazioni fiduciarie statiche.

## 2004

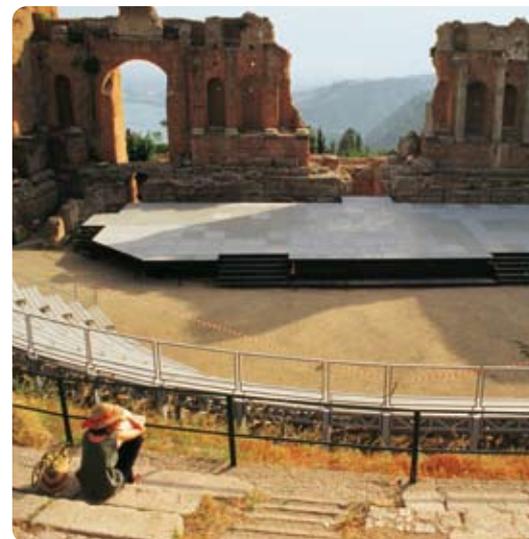
Con l'apertura da parte della Banca dell'Artigianato e dell'Industria dei primi sportelli in provincia di Vicenza inizia il progetto di sviluppo sul mercato veneto messo a punto con la Banca Popolare di Cividale.

## 2005

Entrano nel perimetro unitario del Gruppo la neo-costituita Aperta SGR, società di gestione del risparmio interamente detenuta da Bancaperta, e la società strumentale Crypto.

Risolto l'accordo con Julius Baer Holding consensualmente, il

Credito Valtellinese riacquista la quota azionaria di controllo di Julius Baer Creval Private Banking, che viene ad assumere la denominazione di Creval Banking. Nello stesso anno viene data attuazione al progetto finalizzato a razionalizzare l'operatività del Gruppo nel settore degli impieghi a medio e lungo termine. In quest'ottica 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.



Taormina. L'anfiteatro

## 2006

E' costituita Finanziaria San Giacomo (con capitale sociale interamente detenuto da Mediocreval), 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) attiva nell'area della finanza specializzata, mediante atto di scissione del complesso aziendale relativo alla fiscalità locale di Rileno, con l'obiettivo di proseguire l'operatività nel settore.

E' stipulato l'atto di cessione a Bancaperta del ramo d'azienda di Creval Banking relativo all'attività di private banking.



Bergamo

## I valori fondanti

### La normativa relativa alle banche popolari

Le banche popolari sono imprese di credito socialmente responsabili.

Mantengono le caratteristiche peculiari delle imprese cooperative; è di rilevanza fondamentale l'elemento personale al fine di conferire ulteriore concretezza al principio basilare della mutualità, che trova declinazione nei seguenti cinque principi fondamentali:

**1. voto capitario.** Rappresenta un elemento caratterizzante le organizzazioni cooperative. Il peso dei Soci nella compagine azionaria non è commisurato

al numero di azioni possedute, ma alla "personalità di ciascuno": nelle banche popolari ogni detentore di quote del capitale sociale iscritto a Libro Soci dispone di un voto indipendentemente dal numero di azioni possedute;

**2. limite al possesso azionario (0,5%).** La regola esalta il profilo della partecipazione al capitale sociale, che risulta ampiamente distribuito sul territorio;

**3. sistema delle deleghe.** La legge prevede che ogni Socio possa rappresentare in Assemblea fino a un massimo di dieci altri

Soci, lasciando all'autonomia statutaria la possibilità di fissazione di limiti più contenuti;

**4. capitale variabile.** La rilevanza dell'elemento personale è rafforzata dal principio della "porta aperta" per cui l'ingresso dei nuovi Soci e il conseguente aumento del capitale sociale può verificarsi senza modifiche statutarie;

**5. clausola di gradimento.** L'assunzione della qualità di Socio è subordinata alla verifica delle sue qualità soggettive da parte del Consiglio di Amministrazione.

## La matrice cooperativa del Gruppo

COOPERAZIONE

AUTONOMIA E INDIPENDENZA

ATTENZIONE AL CAMBIAMENTO

INTEGRITÀ MORALE  
E SENSO DI RESPONSABILITÀ

COERENZA

SOLIDARIETÀ E SUSSIDIARIETÀ

La mission del Gruppo è nel segno della continuità: essere banca popolare del territorio, ovvero un'impresa orientata allo sviluppo del sistema sociale in cui è inserita e da cui trae le condizioni di vita.

I valori fondanti del Gruppo Credito Valtellinese sono individuati nelle seguenti componenti:

- cooperazione: diffusione della solidarietà non solo fra i Soci, ma anche fra tutti i protagonisti dell'attività economica delle zone di insediamento - la banca popolare è "operatore tra gli operatori" e mira a soddisfare l'ottenimento di beni economici e sociali;
- autonomia e indipendenza: determinanti della stessa identità delle società cooperative all'interno del sistema bancario;
- attenzione al cambiamento: enfasi

#### ART. 2 DELLO STATUTO DELLA BANCA CAPOGRUPPO:

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

sull'innovazione di prodotto e di processo tramite la capacità di interpretare ed anticipare il mutamento, attraverso l'applicazione delle potenzialità offerte dalle nuove tecnologie al servizio del cliente e valorizzando nel contempo, attualizzandoli, i punti di forza (in primo luogo il radicamento sul territorio) derivanti dalla tradizione;

- integrità morale e senso di responsabilità: azione in modo professionale volta all'orientamento al servizio, alla trasparenza, alla correttezza degli affari e al rispetto delle persone;
- coerenza: congruenza tra la missione dichiarata e le modalità operative quotidiane;
- solidarietà e sussidiarietà: promozione di un ruolo di ausilio e sostegno alle comunità locali.

## Il modello di funzionamento. L'articolazione a rete

Il modello di funzionamento del Gruppo è basato su un'"articolazione a rete" a geometria variabile volta a garantire alle banche del territorio l'autonomia commerciale e nelle relazioni con la comunità. La caratterizzazione organizzativa così configurata, in base alla quale ciascuna componente è focalizzata in via esclusiva sul proprio *core business*, si basa su un'ottica imprenditoriale finalizzata ad una gestione ottimale delle risorse complessive a disposizione. La logica sottostante disaggrega i processi non tipicamente bancari ricollocandoli, rispetto al "modello tradizionale" di banca universale, all'interno di società

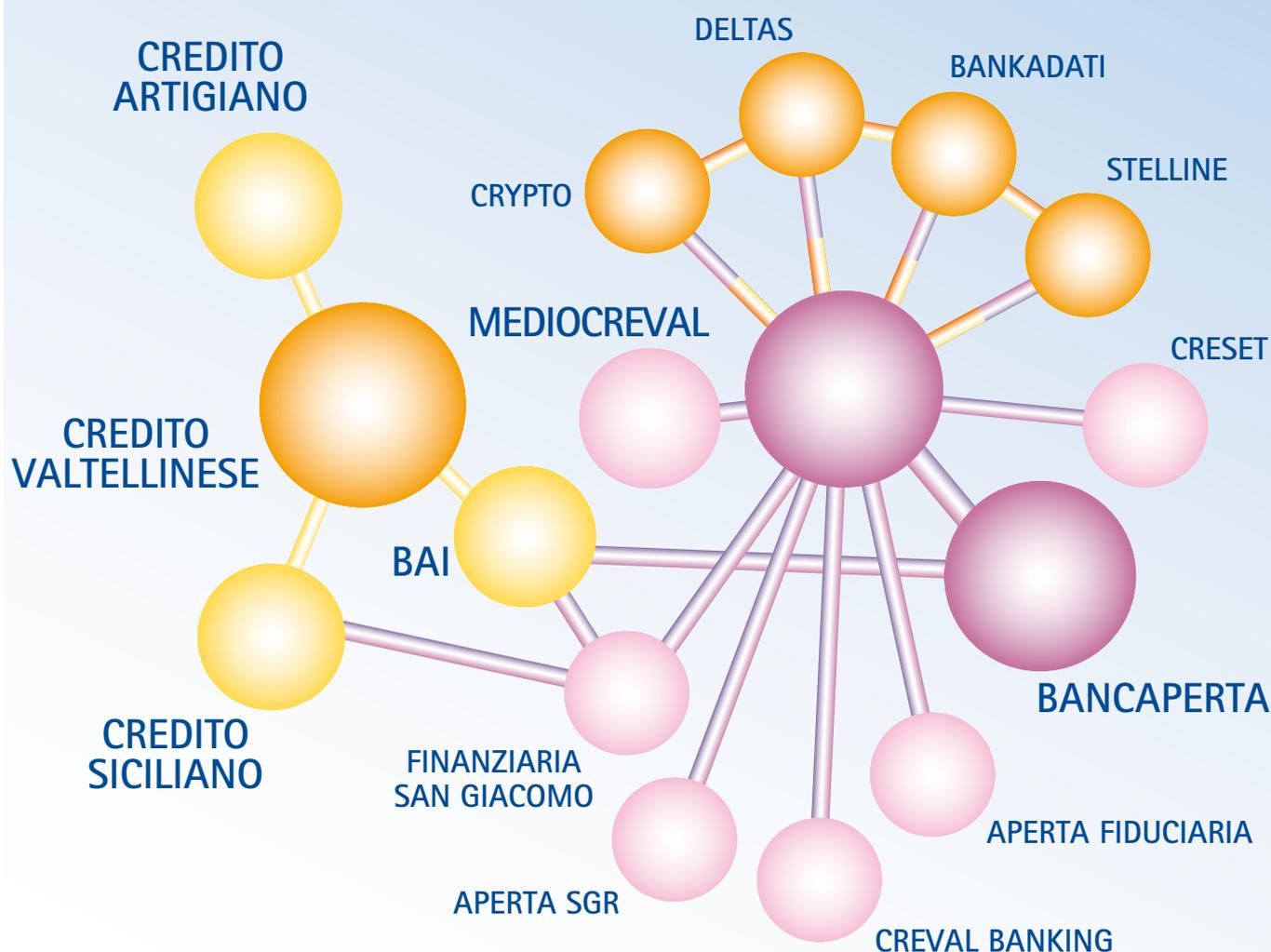
strumentali responsabili gestionalmente del loro business esclusivo, e consente un bilanciamento tra decentramento dei poteri e responsabilità. Si creano in questo modo "economie di struttura" – ognuna delle sei banche del Gruppo è supportata da un lato dalle società strumentali che consentono la realizzazione efficiente dei processi non tipicamente bancari, dall'altra da reti di alleanze che permettono di raggiungere economie di scala e di scopo.

Sono così salvaguardati tre aspetti essenziali dell'attività:

1. la personalizzazione della relazione di clientela – che richiede vicinanza e continuità dei rapporti e rimane

irrinunciabile;

2. il "vantaggio di prossimità", da intendersi non soltanto in termini fisici ma anche in forme nuove, alla luce dell'utilizzo delle nuove tecnologie (Internet in primo luogo);
3. la realizzazione di "vantaggi di dimensione", individuati nella creazione di una rete di banche territoriali progettata per crescere e basata su un modello organizzativo "a geometria variabile" in cui ogni società concentra le proprie risorse nel settore di attività a vocazione e professionalità primaria, consentendo così di coniugare specializzazione e flessibilità, funzioni di natura produttiva e attività distributive.



## Il localismo come fondamento dell'attività



Il principio che guida l'attività e permette di mantenere fede ai valori di fondo delineati è rappresentato dal localismo – la vocazione delle banche del Gruppo è caratterizzata dal fatto di rappresentare un punto di riferimento chiaro e costante nel tempo per il territorio in cui operano

in quanto attori e promotori del suo sviluppo socio-economico.

La nozione di localismo è intesa in senso evolutivo, come attitudine proattiva a svolgere l'attività in una determinata zona a favore dell'imprenditoria e di tutta la comunità residente, in un rapporto di reciproca collaborazione tra i fruitori dei servizi offerti e le banche

che li propongono. Si realizza così un rapporto virtuoso tra aziende di credito locali e operatori economici mediante la "condivisione dei rispettivi destini imprenditoriali", in un'unità d'intenti che vede nello sviluppo dell'uno la chiave del successo dell'altro.

In questa accezione, il localismo da fattore prevalentemente dimensionale-operativo diviene opzione strategica. Si evidenzia come la prosperità delle comunità di riferimento sia determinata anche da valori di tipo solidaristico, oltre che dalla capacità di produrre risparmio e ricchezza, temperando il perseguimento del profitto con il sostegno reale alla vita delle aree di riferimento. La stessa connotazione mutualistica delle banche popolari, rinvenibile in primo luogo dalla caratterizzazione territoriale, dai servizi riservati ai Soci e dalla tendenza a privilegiare la domanda di credito proveniente dalla zona di insediamento, ne sottolinea il ruolo di aziende locali fortemente radicate geograficamente – il Gruppo Credito Valtellinese si posiziona in linea con queste caratteristiche fondanti del mondo bancario cooperativo.

## Le risorse intangibili

Capacità di generare innovazione continua di prodotti e processi, reputazione, patrimonio di relazioni salde con gli stakeholder, competenze e lealtà delle risorse umane, fedeltà dei clienti, know-how tecnologico e organizzativo, cultura aziendale, marchio e pay-off, esistenza di "reti di fiducia" con gli operatori del territorio, disponibilità a contribuire al benessere della comunità sono elementi in grado di fornire un reale vantaggio competitivo al Gruppo.

Per il solo fatto di esistere, l'utilizzo di queste risorse intangibili contribuisce a determinarne l'identità stessa; sono i germi della ricchezza potenziale, gli indicatori del valore attuale e

prospettivo delle attività svolte. Il valore di un'impresa dipende, oltre che dai suoi asset tradizionali, sempre più dalle risorse intangibili.

Un'unità produttiva oggi può definirsi ricca, vitale, competitiva non tanto in quanto possiede ingenti risorse economiche e finanziarie, ma a fronte della disponibilità di un elevato capitale intellettuale. La capacità di innovare, le abilità e il know-how delle persone, l'immagine sul mercato, il patrimonio di relazioni instaurate con il mercato e i clienti: sono questi gli elementi del capitale intellettuale che concorrono in misura sempre maggiore a determinare

il valore di un'azienda e la sua capacità di competere sul mercato.

Una più trasparente rappresentazione di tali risorse è ora in parte possibile anche nei tradizionali bilanci di esercizio grazie all'adozione delle norme IAS/IFRS – tra esse si distingue in particolare il principio IAS 38 (Attività immateriali) dedicato alla loro definizione, misurazione e contabilizzazione.

Tre tipi di risorse intangibili caratterizzanti il Gruppo sono evidenziati di seguito:

1. il capitale umano;
2. il patrimonio di relazioni;
3. il marchio e il pay-off.

### a) Il capitale umano

Il capitale umano, definito come l'insieme delle competenze, attitudini e comportamenti di tutti i collaboratori, costituisce la ricchezza principale del Gruppo e una fonte di creazione di valore nel tempo.

La combinazione di conoscenza, abilità,

attitudine all'innovazione e capacità dei singoli dipendenti delle quindici società del Gruppo di affrontare la sfida quotidiana del mercato e di lavorare per obiettivi – sulla base dei valori e della mission aziendale – rappresenta un fattore di vantaggio competitivo di lungo periodo,

non ricompreso nei tradizionali indici di redditività aziendale e non riassumibile in un dato quantitativo esaustivo in quanto tendenzialmente non misurabile; le peculiarità individuali apportate dai singoli nello svolgimento del proprio lavoro, la capacità di imparare e di confrontarsi



e la motivazione nel condividere le informazioni sono fattori in grado di determinare un differenziale positivo in termini di presenza dei dipendenti al servizio della clientela.

Le qualità tecniche, professionali e umane dei 3.344 collaboratori del Gruppo si associano in questi anni ad un sempre più elevato livello di istruzione, unito a processi di formazione mirati e in crescita dal punto di vista quantitativo e qualitativo,

a un ringiovanimento complessivo e a una presenza sempre più marcata di personale femminile – come emerge dalla sezione dedicata alle Risorse Umane nel capitolo 4 sulle "Relazioni di scambio sociale".

Il processo di assunzione di nuove e crescenti responsabilità da parte di un management sempre più giovane, a sua volta, costituisce una garanzia per affrontare con fiducia lo scenario competitivo, sulla base di uno stile di direzione moderno e proattivo.

## b) Il patrimonio di relazioni

Gli elementi relativi alla dimensione del servizio, all'innovazione e alla specializzazione propri della cultura del Gruppo costituiscono una leva forte per presidiare con continuità il patrimonio delle relazioni con la clientela. Tutte le società iscritte nel perimetro unitario ricercano rapporti di reciproca soddisfazione, stabili e profondi con i portatori di interesse come pre-condizione essenziale della loro stessa attività; operano in un'ottica di lungo periodo, sulla base di un dialogo e di scambi di informazioni intensi e duraturi. Entrano in gioco così – risultando un positivo fattore di differenziazione concorrenziale – le variabili relative ai valori condivisi, la capacità di confronto e di ascolto, l'insieme

delle relazioni intraprese con l'opinione pubblica al fine di affermare e consolidare l'immagine e la presenza del Gruppo.

Le 368 filiali presenti a fine 2006 sul territorio e i 2.252 collaboratori a diretto

contatto con il pubblico costituiscono la prima rappresentazione del capitale relazionale del Gruppo, riassumibile nel modo seguente in termini di conti correnti e rapporti in essere.

### TOTALE CONTI CORRENTI E TOTALE RAPPORTI A FINE 2006

Banca	TOTALE CONTI CORRENTI		TOTALE RAPPORTI (*)	
	2006	2005	2006	2005
Credito Valtellinese	127.473	123.235	353.572	320.247
Credito Artigiano	122.812	120.735	294.513	252.509
Credito Siciliano	119.849	117.414	335.598	335.742
BAI	7.599	5.912	17.727	2.337
Bancaperta	3.957	5.112	10.380	7.173
<b>Totale</b>	<b>381.690</b>	<b>372.408</b>	<b>1.012.090</b>	<b>928.008</b>

\* l'aggregato comprende oltre ai conti correnti attivi e passivi i depositi a risparmio, i certificati di deposito, i rapporti di leasing, i rapporti di pegno, il salvo buon fine, gli anticipi, i mutui, le sovvenzioni, i rapporti sull'estero e i pronti contro termine

## c) Il marchio e il pay-off "Valori in corso"

### Il marchio

Il marchio di tutte le banche e società del Gruppo Credito Valtellinese, nella forma tipografica attuale, appare per la prima volta nel 1984 sulla base di un ampio progetto di rifondazione dell'immagine a seguito dell'avvio del processo di passaggio da banca locale a Gruppo bancario.

E' definito così, anche a indicazione di una nuova impostazione strategica imperniata sulla natura di Gruppo, un logotipo con un segno grafico innovativo, ricco di associazioni simboliche e al contempo di

forte impatto visivo. Nella parte testuale viene riprodotta la denominazione della società, mentre la parte grafica è racchiusa all'interno di una forma geometrica stabile: un quadrato vuoto, ma dal perimetro fortemente definito, che contiene



un parallelogramma aperto su un lato ruotato di quarantacinque gradi. Il rimando è duplice: simbolicamente offre l'idea di un

contenitore saldamente ancorato attorno alle proprie pareti con un contenuto ben protetto al proprio interno; in senso espressivo è testimonianza della stilizzazione grafica delle iniziali della banca Capogruppo.

La struttura così sviluppata determina un segno riconoscibile e incisivo in grado non soltanto di rimandare ad un collegamento immediato fra le singole banche e società del Gruppo, ma anche di definirne un'appartenenza univoca in senso visivo e in termini comunicativi.

Nel corso degli anni novanta, con la crescita delle dimensioni del perimetro unitario - visualizzata in chiave pubblicitaria attraverso l'assemblaggio di un puzzle cui ogni anno venivano aggiunti nuovi elementi -, si è posta la necessità di evidenziare l'appartenenza degli istituti di

## Il pay-off "Valori in corso"

Ad inizio 2006 è stata riproposta la programmazione televisiva sui media nazionali dello spot "Opera Prima", incentrato sul pay-off "Valori in corso" con l'obiettivo di trasmettere l'immagine di un Gruppo dinamico e teso al cambiamento per rispondere al meglio alle mutevoli esigenze della clientela in coerenza con le proprie tradizioni.

Lo spot, trasmesso sulle reti Mediaset, su alcuni canali televisivi digitali e locali, nelle sale cinematografiche e in alcune radio locali, intende accompagnare alla tradizionale comunicazione orientata alla promozione di specifici prodotti o servizi una pubblicità di natura istituzionale, che verrà utilizzata fino al compimento del centenario del Credito Valtellinese - 12 luglio 1908. E' una sorta di "biglietto da visita" in grado di esplicitare in modo chiaro ed essenziale alla clientela attuale



e potenziale i termini dell'identità e distintività del Gruppo, caratterizzato da banche di relazione che costituiscono un punto di riferimento per tutti i clienti; un insieme di aziende di credito, società di finanza specializzata e società di



produzione solido e dinamico, dal marcato profilo culturale, teso al cambiamento e alla crescita per rispondere al meglio alle esigenze della clientela.

Sono così proposti al pubblico i valori del localismo, della sussidiarietà e della

nuova acquisizione ad una dimensione comune: appare così la denominazione di collegamento al Gruppo bancario in testa al marchio storico della banca Capogruppo e, più recentemente, l'associazione dell'insieme con il pay-off "Valori in corso".

cooperazione, di cui il Credito Valtellinese - in aderenza alla propria natura di banca popolare - è portatore dalla propria data di costituzione. "Crediamo nel valore delle persone e del territorio in cui siamo presenti. Per questo siamo un Gruppo che continua a crescere" - recita lo spot, che riassume e sottolinea infine il pay-off: "Valori in corso".

La campagna pubblicitaria affianca la realizzazione delle strategie commerciali, innanzitutto nell'ottica del consolidamento ed aumento delle quote di mercato e della penetrazione in nuove aree; in questo senso l'utilizzo dei media, in particolare televisivi, permette l'accesso immediato ad un pubblico molto vasto, diffondendo su ampia scala idee, valori e modelli e promuovendo l'immagine del Gruppo e una sua più elevata visibilità sull'intero dominio nazionale.

## Gruppo e comunità virtuale



Home page del Gruppo Credito Valtellinese

L'intensità dell'applicazione della tecnologia dell'informazione ai servizi bancari cambia le modalità di rapporto tra banche e

clienti - i canali on-line (Internet e mobile banking) divengono strumenti sempre più importanti, come testimoniato dal numero di utilizzatori dei servizi in modalità remota. Sono sempre più numerosi i clienti che utilizzano la rete per effettuare operazioni sul proprio conto o per consultare lo stato delle

operazioni in tempo reale. L'attività al servizio della clientela trova risalto nella modalità di accesso via Internet,

inteso in un'ottica di complementarità rispetto alla tradizionale offerta proposta tramite la rete delle filiali. In questo quadro, la banca sul territorio è un crocevia di relazioni personali con i propri stakeholder cui si affianca, in una strategia "multicanale", l'operatività in rete indipendente da vincoli di spazio e di orario. Sulla base del modello distributivo integrato che prevede l'espansione della rete tradizionale e lo sviluppo contestuale di modalità distributive e commerciali innovative, alla tradizionale comunità territoriale si affianca una "comunità virtuale" di clienti, in parte ma non interamente coincidente.

## Corporate governance



La *corporate governance* - intesa come l'insieme dei criteri e dei sistemi di governo aziendali delle società appartenenti al Gruppo Credito Valtellinese - è 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.

Già dall'emanazione, nel 2001, della prima versione del Codice di autodisciplina delle società quotate da parte del Comitato per la *corporate governance* istituito presso la Borsa Italiana, i Consigli di Amministrazione delle banche quotate del Gruppo - Credito Valtellinese e Credito Artigiano - dopo un approfondito esame dei propri sistemi di governo societario, quali risultano dalle disposizioni statutarie, dalle delibere consiliari e dalla prassi operativa, hanno adottato tutte le determinazioni idonee ad assicurare la sostanziale adesione alle prescrizioni previste. Analogamente, nel corso del 2006, preso atto della nuova versione del Codice stesso - del quale condividono principi e contenuti - gli organi di governo delle due banche ne hanno deliberato l'adesione e conseguentemente assunto un insieme di determinazioni volte ad adeguare progressivamente gli assetti di *governance* alle previsioni del documento. Taluni aggiustamenti troveranno una completa applicazione secondo un principio di gradualità, contestualmente e coerentemente all'adozione delle modifiche statutarie connesse, anche in recepimento delle disposizioni della Legge n. 262/2005 sulla tutela del risparmio.

Nell'ambito dei Consigli di Amministrazione sono stati da tempo istituiti i tre comitati di *governance* previsti dal Codice di autodisciplina:

1. il Comitato per le proposte di nomina alla carica di amministratore;
  2. il Comitato per la remunerazione degli amministratori;
  3. il Comitato per il Controllo interno
- composti da amministratori in possesso dei requisiti di indipendenza stabiliti dal Codice di autodisciplina. Credito Valtellinese e Credito Artigiano hanno adottato appositi regolamenti con l'obiettivo di garantire l'ordinato svolgimento delle Assemblee in un contesto di reciproco riguardo ed equilibrio tra le aspettative di salvaguardia degli interessi e dei diritti dei Soci e istanze di efficienza e funzionalità dell'attività deliberativa.

Prima tra le banche popolari, già dal 2001 il Credito Valtellinese - anticipando di fatto 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 candidare propri rappresentanti.

Tutti i componenti degli organi statuari 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 titolari di importanti studi professionali o di cattedre universitarie. E' altresì significativa la presenza di esponenti che costituiscono espressione dell'imprenditoria e del settore no profit dei rispettivi settori di riferimento.

La maggioranza degli

amministratori attualmente in carica si qualifica come indipendente, non intrattenendo, nemmeno in forma indiretta, relazioni economiche con la società della quale sono consiglieri, con le società controllate, con gli amministratori esecutivi di rilevanza tale da condizionarne l'autonomia di giudizio, ovvero - per quanto attiene il Credito Artigiano - con la società controllante; nessuno di essi è titolare, anche indirettamente, di partecipazioni azionarie di entità tale da esercitare il controllo o un'influenza notevole.

L'indipendenza degli amministratori, in particolare per quanto concerne la Capogruppo Credito Valtellinese, è garantita anche dal modello societario di banca popolare che pone limitazioni alla partecipazione azionaria del singolo Socio.

Una specifica normativa interna 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 - amministratori, sindaci e dirigenti in posizione di rilievo - che dispongono di regolare accesso ad informazioni "privilegiate" e possono



Sondrio. Palazzo Sertoli, Sala Consiglio

## Consigli di Amministrazione\*

### CREDITO VALTELLINESE



Giovanni De Censi  
Presidente



Miro Fiordi  
Direttore Generale



Giovanni Paolo Monti  
Vice Direttore Generale  
Vicario



Franco Sala  
Vice Direttore Generale



Enzo Rocca  
Vice Direttore Generale

#### CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Presidente: Giovanni De Censi

Vice Presidente Vicario: Salvatore Vitali

Vice Presidente: Renato Bartesaghi

Consiglieri:

Franco Bettini

Gabriele Cogliati

Michele Colombo

Giovanni Continella

Mario Cotelli

Franco Moro

Angelo Palma

Valter Pasqua

Maurizio Quadrio

Alberto Ribolla

Marco Santi

Giuliano Zuccoli

### CREDITO ARTIGIANO



Angelo Palma  
Presidente



Luciano Filippo Camagni  
Direttore Generale



Lorenzo Tagni  
Vice Direttore Generale

#### CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Presidente: Angelo Palma

Vice Presidente: Giovanni De Censi

Consiglieri:

Giovanni Colombo

Carlo Feltrinelli

Miro Fiordi

Antonio Magnocavallo

Felice Martinelli

Valter Pasqua

Vincenzo Vedani

### CREDITO SICILIANO



Carlo Negrini  
Presidente



Francesco Giacobbi  
Direttore Generale



Mauro Selvetti  
Vice Direttore Generale  
Vicario



Saverio Continella  
Vice Direttore Generale

#### CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Presidente: Carlo Negrini

Vice Presidente: Miro Fiordi

Consiglieri:

Vito Branca

Luciano Filippo Camagni

Mario Cotelli

Gino Del Marco

Antonio Leonardi

Antonio Pogliese

Carlo Sorci

### BANCA DELL'ARTIGIANATO E DELL'INDUSTRIA



Renato Gnutti  
Presidente



Anna Cracco  
Direttore Generale



Giovanni Vaninetti  
Vice Direttore Generale

#### CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Presidente: Renato Gnutti

Vice Presidente e Amministratore  
Delegato: Giovanni Paolo Monti

Consiglieri:

Luciano Filippo Camagni

Mario Cotelli

Luciano Di Bernardo

Valerio Marinelli

Diego Muffatti

Pietro Torchio

Guido Zanetti

## BANCAPERTA



Miro Fiordi  
Presidente



Umberto Colli  
Direttore Generale



Luigi Tavasci  
Vice Direttore Generale

**CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE**  
 Presidente: Miro Fiordi  
 Vice Presidente Vicario: Norberto Gualteroni  
 Vice Presidente: Peter Spinnler  
 Consiglieri:  
 Luciano Filippo Camagni  
 Anna Cracco  
 Matteo Diasio  
 Francesco Giacobbi  
 Marco Ercole Oriani  
 Matteo Rinaldi

## MEDIocreval



Gino del Marco  
Presidente



Filippo Grieco  
Direttore Generale



Giovanni Porcelli  
Vice Direttore Generale

**CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE**  
 Presidente: Gino Del Marco  
 Vice Presidente: Salvatore Vitali  
 Consiglieri:  
 Anna Cracco  
 Luca De Censi  
 Francesco Giacobbi  
 Franco Sala  
 Lorenzo Tagni

## APERTA SGR



Agostino Fusconi  
Presidente



Daniele Dario Beltrame  
Direttore Generale

**CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE**  
 Presidente: Agostino Fusconi  
 Vice Presidente: Silvio Bagiotti  
 Consiglieri:  
 Dario Colombo  
 Carlo D'Adda  
 Enzo Rocca

## FINANZIARIA SAN GIACOMO

**CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE**  
 Presidente: Gino Del Marco  
 Vice Presidente: Renato Merlino  
 Consiglieri:  
 Luca De Censi  
 Filippo Grieco  
 Giovanni Porcelli

## APERTA FIDUCIARIA

**CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE**  
 Presidente: Norberto Gualteroni  
 Amministratore Delegato:  
 Vincenzo Agosta  
 Consiglieri:  
 Raffaella Cristini  
 Francesco Grimaldi

## CRESET

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

## CREVAL BANKING

**CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE**  
 Presidente: Silvio Bagiotti  
 Vice Presidente: Angelo Palma  
 Consiglieri:  
 Giovanni Paolo Monti  
 Diego Muffatti  
 Vittorio Pellegatta

## DELTAS

**CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE**  
 Presidente: Luciano Filippo Camagni  
 Vice Presidente: Giovanni Paolo Monti  
 Consigliere Delegato: Enzo Rocca  
 Consiglieri:  
 Anna Cracco  
 Sergio Del Barba  
 Matteo Diasio  
 Francesco Giacobbi  
 Fernando Grattirola  
 Filippo Grieco  
 Norberto Gualteroni  
 Silvio Marchetti

## BANKADATI

**CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE**  
 Presidente: Silvio Marchetti  
 Vice Presidente: Renato Bartesaghi  
 Consiglieri:  
 Saverio Continella  
 Sergio Del Barba  
 Michele Gusmeroli  
 Edoardo Marchesi  
 Giovanni Paolo Monti  
 Giulio Piazza  
 Giovanni Vaninetti  
 Direttore Generale: Giulio Piazza

## CRYPTO

**CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE**  
 Presidente: Renato Bartesaghi  
 Amministratore Delegato: Sergio Del Barba  
 Consiglieri:  
 Alfredo Bertolini  
 Giovanni Paolo Monti  
 Vittorio Pellegatta  
 Giulio Piazza  
 Emilio Saglio  
 Direttore Generale: Giuseppe Borroni  
 Condirettore Generale: Loredana Bonomi

## STELLINE

**CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE**  
 Presidente: Franco Bettini  
 Amministratore Delegato:  
 Giovanni Del Curto  
 Consiglieri:  
 Camillo Aldè  
 Giovanni Boccardo  
 Gino Del Marco  
 Enzo Rocca  
 Direttore Generale: Fernando Grattirola  
 Vice Direttore Generale: Benedetto Abbiati

\* Aggiornamento al 31 dicembre 2006

assumere decisioni gestionali in grado di incidere sull'evoluzione e sulle prospettive economiche e finanziarie delle società emittenti (*internal dealing*).

Le procedure adottate – anche in recepimento della normativa europea sulla repressione dei reati finanziari nota come *market abuse* – perseguono l'obiettivo di assicurare la massima riservatezza delle informazioni privilegiate, ridurre il rischio di commissione dei reati di abuso di tali informazioni – *insider trading* – e manipolazione del mercato – aggrigotaggio – e nel contempo garantire trasparenza e condizioni di parità di accesso alle informazioni da parte del pubblico in generale.

Specifiche norme volte ad assicurare la trasparenza e la correttezza sostanziale e procedurale delle operazioni poste in essere con parti correlate sono contenute nei "Principi di comportamento in materia di operazioni con parti correlate, infragruppo, inusuali e/o atipiche", documento che definisce le linee-guida e i criteri per l'identificazione di tali operazioni, riassumendo in un corpo organico il complesso di regole che ne caratterizzano la gestione all'interno delle società del Gruppo. Ampia informativa sui rispettivi sistemi

di *corporate governance* è resa nelle apposite relazioni istituzionali di bilancio predisposte in occasione delle Assemblee annuali e disponibili anche sul sito Internet ([www.creval.it](http://www.creval.it)).

### REVISIONE DELLA GOVERNANCE DEL CREDITO VALTELLINESE

La struttura di *corporate governance* di riferimento del Credito Valtellinese, anche allo scopo di adeguarsi alla continua crescita del Gruppo e alla velocità dei cambiamenti socio-tecnologici in corso, ha subito alcune modifiche nel corso del 2006 sulla base di due linee di revisione consistenti:

1. nel rafforzamento del ruolo specifico di direzione, coordinamento e controllo in capo alla banca Capogruppo e segnatamente all'organo amministrativo della stessa;

2. nel rilancio della centralità del Consiglio di Amministrazione e degli organi collegiali complementari di sua emanazione nella conduzione della banca e del Gruppo.

Conseguentemente sono state adottate in particolare le seguenti decisioni:

- concentrazione del Consiglio di Amministrazione sull'attività di direzione e coordinamento del Gruppo;

- istituzione del Comitato Strategico, con funzioni di supporto e consultazione per l'organo amministrativo e di definizione, aggiornamento e controllo del nuovo Piano Strategico e delle principali decisioni e iniziative che impattano sul profilo strategico e competitivo delle banche e società iscritte nel perimetro unitario;

- focalizzazione del Comitato Esecutivo sull'operatività ordinaria, con particolare riferimento agli aspetti concernenti l'erogazione del credito;

- rafforzamento della Direzione Generale (con la nomina di un terzo Vice Direttore Generale, cui è assegnato in particolare il compito di seguire le attività e lo sviluppo del sistema dei controlli interni e la revisione dei poteri e attribuzioni conferiti alla medesima).

E' stato riformulato il meccanismo di rinnovo del Consiglio di Amministrazione, stabilendo la scadenza contestuale di tutti i membri ogni triennio (sostituendo la precedente previsione che stabiliva il rinnovo di circa un terzo dei consiglieri ogni anno), intesa ad adeguare lo Statuto sociale a quello della quasi totalità delle società quotate.

## Il codice comportamentale



Il Gruppo ha redatto e diffuso il proprio codice comportamentale, atto a formalizzare pratiche e comportamenti cui tutti gli organi aziendali ed i collaboratori sono tenuti ad attenersi, approvato dal Consiglio di Amministrazione della Capogruppo nel 2004, esteso a tutte le società e fatto proprio dai relativi Consigli.

Obiettivo primario del documento è rendere esplicito il sistema di valori e le regole di condotta presenti ed operanti all'interno delle società: su tali principi si fonda l'operatività quotidiana al servizio della clientela, trasmettendosi con efficacia all'esterno. Dal punto di vista operativo è garantito inoltre in questo modo una duplice funzione:

1. la diffusione di criteri omogenei e trasparenti per lo svolgimento dell'attività professionale;

2. il contributo alla creazione di un sistema idoneo alla determinazione di un modello di prevenzione dei rischi di commissione dei reati richiamati dal Decreto Legislativo n. 231/2001 in materia di responsabilità amministrativa degli Enti.

Il codice, portato a conoscenza di tutti i

destinatari, è espressione degli impegni e delle responsabilità dei dipendenti del Gruppo nella gestione degli affari; in esso sono formalizzati i principi di orientamento dell'attività, che consistono in:

- rigorosa osservanza della legge;
- concorrenza leale;
- rispetto degli interessi legittimi di tutti gli interlocutori.

La sua adozione rappresenta l'espressione di una filosofia di gestione aziendale che si pone quale obiettivo primario il soddisfacimento delle aspettative di tutti gli stakeholder del Gruppo, mirando a raccomandare e promuovere un alto standard di professionalità e a ostacolare ogni comportamento in contrasto con i principi che il Gruppo intende promuovere.

# Le direttrici di evoluzione strategica

## Nuovo Piano strategico 2007-2010



Milano, Palazzo delle Stelline. Il Direttore Generale del Credito Valtellinese Miro Fiordi presenta il Piano strategico alla comunità finanziaria e alla stampa

La nascita e la crescita del Gruppo Credito Valtellinese sono state caratterizzate dal susseguirsi di Piani strategici che hanno generato progetti di medio-lungo periodo sorti da un'attenta analisi del contesto operativo di riferimento, consentendo la trasformazione e il rinnovamento continuo nel tempo in sintonia con le dinamiche di un mercato in progressiva, sostenuta evoluzione.

All'interno di un sistema di valori propri di un Gruppo a matrice popolare votato alla cultura del servizio, all'innovazione e alla specializzazione, è previsto il mantenimento della forte attenzione alle esigenze socio-economiche delle aree di insediamento in un'ottica di loro promozione e sviluppo.

Le linee-guida strategiche per il periodo 2007-2010 - iscritte nel Piano omonimo - si propongono di identificare modalità di rafforzamento ulteriore delle condizioni di efficienza, competitività e redditività del Gruppo.

Nell'arco di riferimento in oggetto è previsto il raggiungimento di obiettivi di crescita ambiziosi, in linea con il percorso di sviluppo intrapreso da tempo da banca locale a Gruppo bancario multiregionale con dimensioni e visibilità a livello

nazionale. Il conseguimento di questo traguardo passa in particolare attraverso lo sviluppo congiunto di linee di crescita interne e esterne.

### OPZIONI DI CRESCITA

In termini di linee di crescita interne, è delineato - a livello complessivo di Gruppo - un rafforzamento della rete territoriale tramite l'apertura di un numero di agenzie a tre cifre entro la fine del decennio (in particolare in Italia settentrionale).

Con riferimento alla crescita per via esterna, il Gruppo intende continuare il percorso perseguito in passato e caratterizzato da:

- integrazioni con altre banche;
- costituzione di accordi di partnership basati sull'acquisizione di quote di partecipazione.

### AREA DI MERCATO

#### CLIENTI

Il posizionamento del Gruppo prevede il mantenimento e, nei casi in cui non sia ancora così, l'acquisizione della qualità di banca di riferimento per il segmento delle famiglie e delle piccole e medie imprese nei territori di insediamento.

### CANALI

Vendita di prodotti e servizi tramite la rete fisica delle filiali e i canali a distanza (multicanalità integrata).

Con riferimento agli sportelli presenti sul territorio, le nuove tecnologie facilitano l'adozione di modelli innovativi in grado di rafforzare ulteriormente il contatto con la clientela in essere e di raggiungere nuovi target.

### POLITICA DELLE ALLEANZE

Al fine di ridurre l'impatto dei costi di struttura ricercando economie di scala, sulla base dell'aumento della vendita di prodotti del Gruppo tramite reti di terzi e cogliendo nuove opportunità di business, è confermato il ruolo assunto dalla stipula di accordi di partenariato con altre realtà - bancarie e non.

### PERSONALE

Le priorità al riguardo concernono in particolare le seguenti quattro linee di intervento:

1. miglioramento costante della qualità dei nuovi inserimenti professionali;
2. potenziamento della capacità di integrare le risorse provenienti da altre realtà bancarie;
3. connotazione di percorsi di carriera e di sviluppo professionale in grado di conciliare sempre più le esigenze aziendali e le aspettative dei collaboratori;
4. adeguamento delle modalità di lavoro delle filiali alle nuove tendenze del settore bancario.

### POLITICA DEL PATRIMONIO

L'articolazione relativa si basa su tre approcci congiunti:

1. di tipo regolamentare: mirato al pieno rispetto dei requisiti dettati dalla normativa di vigilanza;
2. di carattere gestionale: a garanzia di un adeguato presidio dei rischi connessi all'attività bancaria;
3. di natura strategica: volto a supportare i progetti di sviluppo aziendale.

## Operazione di aumento di capitale

Il Consiglio di Amministrazione della banca Capogruppo ha deliberato un progetto di rafforzamento patrimoniale sotto forma di aumento di capitale così definito:

- aumento gratuito del capitale sociale per un controvalore massimo di nominali 53,6 milioni di euro mediante incremento del valore nominale delle azioni da 3 a 3,5 euro;
- aumento di capitale a pagamento, da offrire in opzione ai Soci nel corso del 2007 in rapporto di un'azione di nuova emissione per ogni due azioni possedute, a un prezzo compreso tra 9 e 11 euro, per un controvalore massimo di

589 milioni di euro, e assegnazione gratuita di 2 warrant da esercitarsi nel 2008 e 2 warrant da esercitarsi nel 2009 per ogni 5 azioni di nuova emissione sottoscritte ad un prezzo pari alla quotazione media di mercato nei tre mesi antecedenti la data di decorrenza del periodo di esercizio diminuita del 20%;

- attribuzione gratuita di azioni a favore degli azionisti che sottoscriveranno l'aumento di capitale a pagamento e che manterranno le quote di capitale sottoscritte fino al 12 luglio 2008 - centenario di fondazione del Credito Valtellinese (*bonus shares*).

L'incremento patrimoniale complessivo previsto a conclusione delle operazioni è di circa 990 milioni di euro - destinato a sostenere i piani di crescita per linee interne, il progressivo ampliamento delle attuali partnership strategiche e ad assicurare un adeguato livello di *free capital* che consenta di cogliere eventuali opportunità di acquisizioni che dovessero presentarsi sul mercato.

L'Assemblea straordinaria del Credito Valtellinese riunitasi il 10 febbraio 2007 alla presenza di oltre duemila Soci ha approvato l'operazione.

## La rete territoriale

La presenza degli sportelli del Gruppo sul territorio è cresciuta con continuità nel corso dell'anno raggiungendo le 368 unità (22 nuovi insediamenti) a fine 2006 e registrando uno sviluppo particolarmente significativo nelle province di Milano, Bergamo, Catania e in Veneto.

La logica delle aperture, basata su un'espansione graduale in nuove aree contigue a quelle già presidiate e sul principio della non sovrapposizione geografica tra le strutture delle singole banche territoriali, intende mantenere e ove possibile ulteriormente rafforzare la natura di "banche a maglie strette" assegnata a Credito Valtellinese, Credito Artigiano, Credito Siciliano e Banca dell'Artigianato e dell'Industria, puntando con decisione in quest'ultimo caso sulla crescita nella regione veneta in un'ottica di presidio sempre maggiore della zona nord-orientale del Paese.

In questo quadro nel corso dell'anno:

- il Credito Valtellinese ha accresciuto la presenza in provincia di Bergamo (Treviglio, Verdello, Brembate di Sopra e Almè), Lecco (Dolzago) e trasformato la tesoreria di Santa Caterina Valfurva (So) in agenzia a piena operatività;
- il Credito Artigiano ha sviluppato la rete in provincia di Milano (apertura delle agenzie

n. 22 e 23 nel capoluogo e delle filiali di Arcore, Cernusco sul Naviglio e Magenta), a Empoli (Fi) e a Roma (agenzia n. 15);

- il Credito Siciliano ha aperto due nuove dipendenze a Catania (agenzie n. 9 e 10) e una a Palermo (agenzia n. 10) e trasferito la filiale di Aciplatani (Ct) a Sciacca (Ag) e l'agenzia di Vallelunga Pratameno (Cl) a Ispica (Rg);
- la Banca dell'Artigianato e dell'Industria

ha rafforzato la presenza in provincia di Brescia (Adro e Rezzato), di Verona (San Bonifacio, San Giovanni Lupatoto e Villafranca di Verona) e di Vicenza (Bassano del Grappa).

La rete delle filiali delle banche del Gruppo è presente a fine 2006 in cinque regioni del Paese (Lombardia, Veneto, Toscana, Lazio e Sicilia) e ventitre province.



# CAPITOLO 3 - IL VALORE AGGIUNTO E LA SUA DISTRIBUZIONE



Il Valore Aggiunto

I dati di gestione

Il calcolo del Valore Aggiunto

La ripartizione del Valore Aggiunto

## Il Valore Aggiunto

La creazione e la distribuzione del Valore Aggiunto evidenziano l'apporto dell'attività produttiva delle banche e società del Gruppo alla struttura socio-economica del territorio e la ripartizione tra i portatori di interesse della ricchezza generata nell'esercizio, pari alla differenza

tra ricavi netti e consumo di beni e servizi, che è distribuita ai portatori di interessi.

La metodologia di determinazione della grandezza, basata sulla riclassificazione del conto economico consolidato, correla i dati economico-finanziari del bilancio d'esercizio e la rendicontazione sociale dell'impresa.

L'effettivo Valore Aggiunto generato non si esaurisce peraltro in questa classificazione ma è determinato anche da aspetti qualitativi – di tipo sociale e ambientale – non sempre misurabili ma che a loro volta rappresentano rilevanti componenti del "prodotto sociale" del Gruppo.

## I dati di gestione

	2006	2005
<b>STATO PATRIMONIALE RICLASSIFICATO</b>		
<b>ATTIVITA'</b>		
Cassa e disponibilità liquide	133.880	123.624
Attività finanziarie	1.336.687	1.114.650
Crediti	12.246.936	10.544.266
Immobilizzazioni	740.421	725.099
Altre voci dell'attivo	443.529	474.000
<b>Totale attivo</b>	<b>14.901.453</b>	<b>12.981.639</b>
<b>PASSIVITA'</b>		
Debiti	13.041.461	11.348.909
Fondi a destinazione specifica	208.336	220.429
Altre voci del passivo	566.266	458.555
Patrimonio di pertinenza di terzi	203.531	197.672
Patrimonio netto	881.859	756.074
<b>Totale passivo</b>	<b>14.901.453</b>	<b>12.981.639</b>
<b>CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO</b>		
Margine di interesse	347.375	297.247
Commissioni e proventi netti dell'attività finanziaria	217.209	203.013
Margine di intermediazione	564.584	500.260
Oneri e spese di gestione	352.216	325.154
Altri proventi netti	15.762	11.791
Accantonamenti, rettifiche e riprese di valore	91.971	71.489
<b>Risultato lordo della gestione operativa</b>	<b>136.159</b>	<b>115.408</b>
Imposte sul reddito, proventi netti da investimenti e utile di pertinenza di terzi	67.545	59.878
<b>Utile d'esercizio</b>	<b>68.614</b>	<b>55.530</b>
<b>INDICI SIGNIFICATIVI</b>		
Impieghi lordi a clientela / Numero medio dipendenti	3.579	3.231
Raccolta globale da clientela / Numero medio dipendenti	7.392	6.847
Raccolta diretta da clientela / Numero medio dipendenti	3.651	3.253
Spese del personale / Margine di intermediazione	39,5%	40,6%
Margine di intermediazione / Numero medio dipendenti	171	155
Risultato lordo di gestione / Numero medio dipendenti	41	36
Impieghi a clientela / Totale attivo	76,3%	76%
Raccolta diretta da clientela / Totale attivo	81%	80,8%
Raccolta gestita / Raccolta indiretta	48,8%	51%
Sofferenze nette / Impieghi a clientela	1,6%	1,7%
<b>INDICI DI STRUTTURA</b>		
Numero medio dipendenti	3.307	3.224
Numero dipendenti	3.344	3.307
Numero di sportelli	368	346
<b>INDICI PATRIMONIALI</b>		
Patrimonio netto / Impieghi lordi	7,5%	7,3%
Patrimonio netto / Raccolta da clientela	7,3%	7,2%
Patrimonio totale di vigilanza / Attività di rischio ponderate	9,6%	9,3%

## Il calcolo del Valore Aggiunto

PROSPETTO ANALITICO VALORE AGGIUNTO	2006	2005
<i>(importi in migliaia di euro)</i>		
<b>RICAVI</b>		
Interessi attivi, commissioni attive e altri ricavi	896.375	738.973
<b>TOTALE PRODUZIONE LORDA</b>	<b>896.375</b>	<b>738.973</b>
<b>CONSUMI</b>		
Interessi passivi, commissioni passive e altri oneri	-271.886	-184.370
Altre spese amministrative	-120.187	-113.309
Rettifiche / Riprese di valore e altri accantonamenti	-66.735	-56.348
<b>TOTALE CONSUMI</b>	<b>-458.808</b>	<b>-354.027</b>
<b>VALORE AGGIUNTO TOTALE LORDO</b>	<b>437.567</b>	<b>384.946</b>
Ammortamenti	-25.236	-20.977
<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO</b>	<b>412.331</b>	<b>363.969</b>
Costo del lavoro*	-222.990	-203.205
Elargizioni e liberalità	-1.433	-1.692
Imposte e tasse indirette e patrimoniali	-36.841	-33.753
<b>RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE</b>	<b>151.067</b>	<b>125.319</b>
Imposte sul reddito d'esercizio	-69.940	-59.243
Utile d'esercizio di pertinenza di terzi	-12.513	-10.546
<b>RISULTATO D'ESERCIZIO</b>	<b>68.614</b>	<b>55.530</b>

\* I dati comprendono i compensi agli Amministratori come prescritto dai principi contabili IAS/IFRS

## La ripartizione del Valore Aggiunto

DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	2006	2005
<i>(Importi in migliaia di euro)</i>		
<b>IL VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO</b>	<b>437.567</b>	<b>384.946</b>
ripartito fra:		
<b>SOCI</b>		
Utile d'esercizio	68.614	55.530
Utile di pertinenza di terzi	12.513	10.546
Utili di esercizio destinati al sociale	-3.070	-1.890
	<b>78.457</b>	<b>64.186</b>
<b>RISORSE UMANE</b>		
Costo del lavoro	222.990	203.205
	<b>222.990</b>	<b>203.205</b>
<b>COLLETTIVITA' ED AMBIENTE</b>		
Elargizioni e liberalità	1.433	1.692
Utili di esercizio destinati al sociale	3.070	1.890
	<b>4.103</b>	<b>3.582</b>
<b>STATO, ENTI ED ISTITUZIONI</b>		
Imposte e tasse indirette e patrimoniali	36.841	33.753
Imposte sul reddito di esercizio	69.940	59.243
	<b>106.781</b>	<b>92.996</b>
<b>SISTEMA IMPRESA</b>		
Accantonamenti, rettifiche e riprese di valore	25.236	20.977
	<b>25.236</b>	<b>20.977</b>

Il valore della produzione lorda ha raggiunto quota 896,4 milioni di euro (+21,3%), mentre i consumi intermedi si sono attestati a 458,8 milioni di euro (+29,6%).

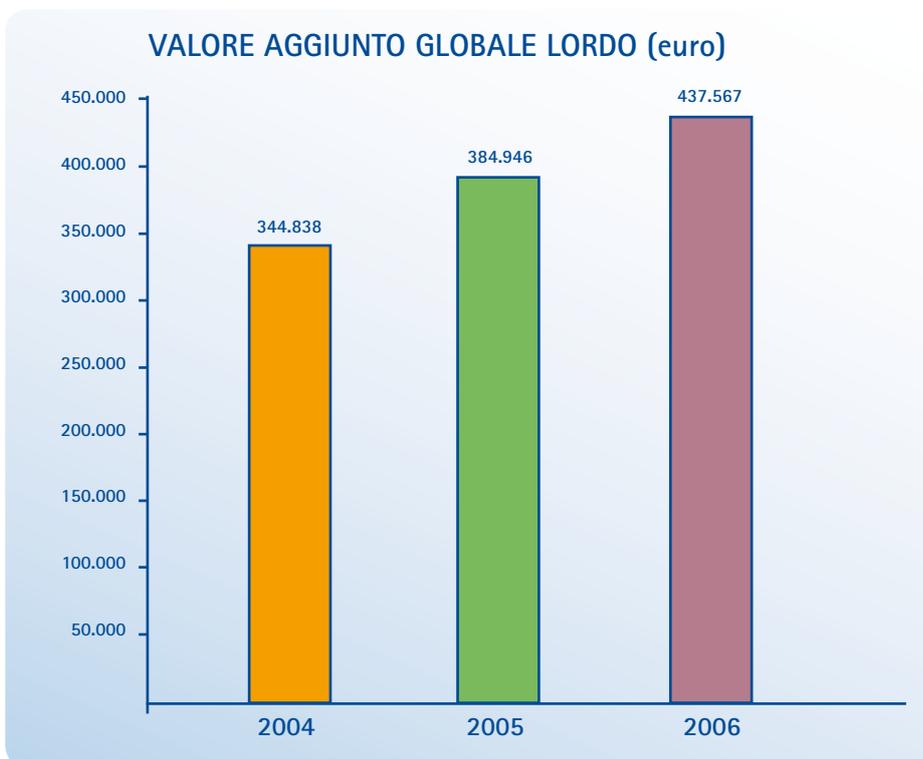
Il Valore Aggiunto Globale del Gruppo è ammontato a 437,6 milioni di euro (+13,7%).

La sua distribuzione è destinata alle seguenti categorie:

- dipendenti del Gruppo;
- Stato, Enti e Istituzioni;
- Soci;
- il Gruppo stesso;
- collettività e ambiente.

La ripartizione mostra la seguente dinamica:

- la parte di Valore Aggiunto riconosciuto ai Soci si attesta a 78,5 milioni di euro (17,9%) – dividendi e accantonamenti a riserve; i Consigli di Amministrazione delle banche del Gruppo hanno proposto di destinare ai detentori del capitale una quota degli utili dell'esercizio così quantificata a sostegno delle attività di beneficenza



per contribuire alla promozione e allo sviluppo dell'ambiente socio-economico di riferimento del Gruppo. La cifra complessiva di fondi dedicati a questi scopi è di 3,1 milioni di euro e intende

sostenere le attività della Fondazione, in linea con i dettami del relativo statuto che ne sottolinea la mission in termini di promozione e sostegno di "iniziative finalizzate al progresso culturale, scientifico, sociale, socio-economico e morale del territorio nazionale italiano" - art. 2;

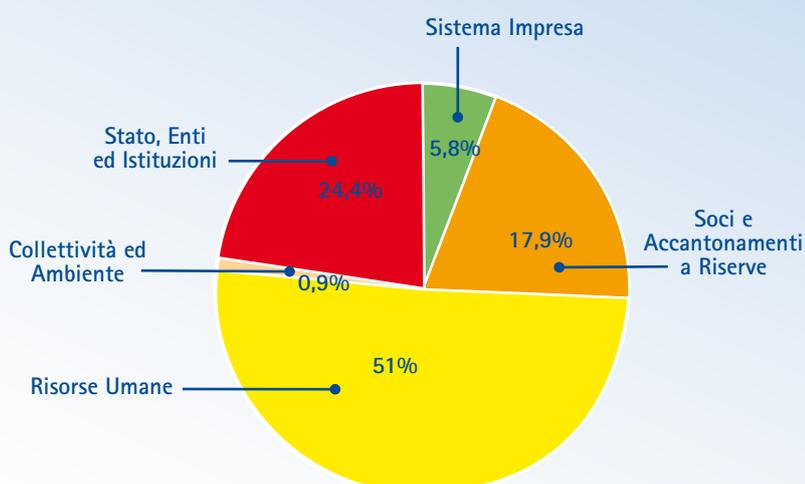
- la cifra più importante dell'aggregato - 223 milioni di euro, pari al 51% del totale - è distribuita ai collaboratori del Gruppo in forma di stipendi, oneri sociali, trattamento di fine rapporto e di quiescenza;

- alla collettività ed ambiente sono destinati 4,1 milioni di euro (0,9% del totale), finalizzati a scopi di istruzione, culturali, benefici e sociali;

- la parte di competenza dello Stato ammonta a 106,8 milioni di euro - 24,4% del totale - sotto forma di imposte indirette (36,9 milioni di euro) e imposte sul reddito dell'esercizio (69,9 milioni di euro);

- l'autofinanziamento del Gruppo - aggregato che rappresenta un investimento per il futuro - risulta pari a 25,2 milioni di euro (5,8% sul totale).

### RIPARTIZIONE DEL VALORE AGGIUNTO



# CAPITOLO 4 - LE RELAZIONI DI SCAMBIO SOCIALE



Soci

Clienti

Risorse Umane

Media

Fornitori

Stato, autonomie locali e istituzioni

Collettività

# Gli stakeholder del Gruppo

Il Gruppo interagisce quotidianamente con i seguenti portatori di interessi collettivi:

- Soci;
- clienti;
- Risorse Umane;
- media;
- fornitori;

- Stato, autonomie locali e Istituzioni;
- collettività.

Le interrelazioni con gli stakeholder rappresentano un elemento qualificante in termini di reciproca influenza e di relazioni di mutua utilità, in linea con una visione dell'impresa intesa come

"cooperazione di interessi" economici, sociali e ambientali tra i diversi portatori di interesse.

La rappresentazione quanti-qualitativa della natura degli stakeholder del Gruppo è illustrata analiticamente di seguito.

## MEDIA

Il Gruppo intrattiene relazioni continuative con i media a livello locale e nazionale.

## COLLETTIVITA'

Il Gruppo cerca di essere il punto di riferimento per il territorio ove opera, promuovendo attività socialmente responsabili e comportamenti funzionali alla crescita della collettività.

## CLIENTI

Il rapporto banca-cliente, creato negli anni dal Gruppo, si fonda sulla reciproca fiducia. L'ampia gamma di prodotti e servizi personalizzati consente di accrescere la fidelizzazione del cliente.

## 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

Attraverso le consolidate attività di gestione dei servizi di tesoreria e cassa, il Gruppo ha instaurato rapporti economici, operativi e relazionali con gli Enti pubblici.

## RISORSE UMANE

Ricoprono un ruolo chiave per il Gruppo in quanto ne caratterizzano l'identità. Nei loro confronti vengono effettuati investimenti in formazione e aggiornamento.

## FORNITORI

Il Gruppo persegue da sempre un'attenta politica di scelta dei propri fornitori, instaurando rapporti che conducono alla creazione del valore.

# SOCI

## Il Socio di una cooperativa

L'assunzione della qualifica di Socio di una banca popolare o di una società/banca a matrice popolare è sinonimo della condivisione della mission e dei valori riassunti nella formula organizzativo-imprenditoriale cooperativa.

La crescita del numero dei detentori del capitale verificatasi con costanza negli anni consente di rafforzare l'identità di Gruppo a matrice cooperativa a larga e composita base sociale.

## Numero dei Soci

Il numero dei Soci delle quattro banche territoriali del Gruppo e di Mediocreval si è attestato a fine 2006 a 107.724 unità (+5,3%); la composizione rivela la netta prevalenza numerica di detentori delle quote azionarie iscritti nel libro dei Soci delle due banche quotate.

La distribuzione geografica denota una netta prevalenza di Soci residenti in Italia settentrionale (88%), cui si affianca una percentuale poco superiore al 6% di residenti in Italia centrale, il 5,6% di Soci provenienti dall'Italia meridionale e lo 0,2% da altri Paesi.



Intervento del Direttore Generale Miro Fiordi durante l'Assemblea Straordinaria dei Soci del 10 febbraio 2007

SOCI GRUPPO*	2006
Credito Valtellinese	74.051
Credito Artigiano	29.584
Credito Siciliano	3.946
Banca dell'Artigianato e dell'Industria	109
Mediocreval	34
<b>Totale</b>	<b>107.724</b>

\* Il dato riferito a Bancaperta non è compreso in quanto il capitale della banca è detenuto a fine 2006 interamente da Credito Valtellinese (63,4%), Credito Artigiano (24,5%) e Credito Siciliano (12,1%)

SOCI PER AREA GEOGRAFICA	2006	%
Italia – Nord	94.791	88%
Italia – Centro	6.774	6,2%
Italia – Sud	5.992	5,6%
Esteri	167	0,2%
<b>Totale</b>	<b>107.724</b>	<b>100%</b>

## Dinamica dei Soci del Credito Valtellinese

In termini di banca Capogruppo, la crescita media annua del numero dei Soci su base decennale (74.051 a fine 2006) è pari al 4,6%. I Soci ed azionisti (categoria rappresentata da detentori di quote di capitale cui è riservato l'esercizio dei diritti patrimoniali ma non il diritto di partecipare ed intervenire in sede di Assemblea dei Soci) sono 88.707 – di questi, 61.192 (69% del totale) possiedono meno di 500 azioni, mentre 11.231 (12,7%) detengono un numero di azioni compreso tra 501 e 1.000 unità, a riflesso di un possesso medio pro-capite relativamente limitato.

La composizione dell'azionariato evidenzia una presenza nettamente prevalente di soggetti privati.

Nel corso del 2006 sono pervenute 10.917 richieste di ammissione nel Libro Soci, accolte nella loro interezza.

Oltre il 30% dei Soci (28.193) riveste la qualifica da oltre 10 anni, mentre più del 20% detiene tale ruolo da oltre 20 anni.

Il 95% dei Soci ed azionisti del Credito Valtellinese è anche cliente di una banca del Gruppo.



I Soci all'ingresso dell'Assemblea

## Soci per presenza sul territorio

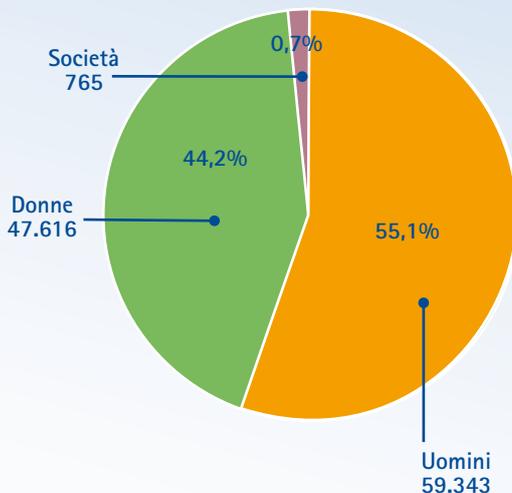
L'analisi della distribuzione territoriale dei Soci, presenti in tutte le regioni del Paese, rispecchia la presenza tradizionale e il processo di crescita dell'ambito di operatività delle banche del Gruppo; aumenta in particolare chiaramente la numerosità in Lombardia e Lazio, che si confermano insieme alla Sicilia come le regioni a maggiore densità di Soci.

## Soci per genere e per età

I Soci maschi ammontano al 55,1% del totale, a fronte del 44,2% rappresentato da Soci donne e dallo 0,7% di società. In termini anagrafici la distribuzione registra una prevalenza della classe di età superiore ai 50 anni, peraltro in calo sul totale di 1,9 punti percentuali rispetto a fine 2005; è sostanzialmente immutata la quota compresa tra i 30 e i 50 anni mentre aumentano i giovani Soci di età inferiore a 30 anni (10,4% a fine 2006 contro 9% un anno prima).

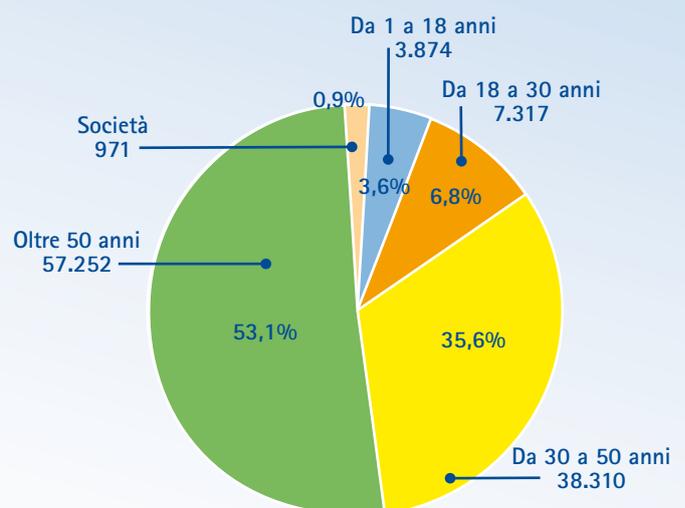


SOCIO PER GENERE



Totale: 107.724

SOCIO PER ETÀ



Totale: 107.724

## Soci per anzianità

Nel corso del 2006 13.761 soggetti sono divenuti nuovi Soci delle quattro banche territoriali del Gruppo e di Mediocreval.

Il 58,2% dell'aggregato (pari a 62.585 unità) detiene le azioni da oltre cinque anni, a conferma del legame di lungo periodo in essere, in linea con principi ispiratori e valori tesi a sottolineare la natura cooperativa e la valenza tendenzialmente non speculativa dei titoli azionari di tutte le banche e società del Gruppo.

## Soci collaboratori

Un numero rilevante di collaboratori delle banche e società del Gruppo è anche Socio; il dato costituisce la conferma di un legame orientato ad una relazione strutturale e durevole non limitata al valore del rendimento azionario.

\*L'elenco non contiene Aperta Fiduciaria e Finanziaria San Giacomo in quanto il rapporto di collaborazione con il personale di queste due società assume la forma del "distacco" da altre società del Gruppo.

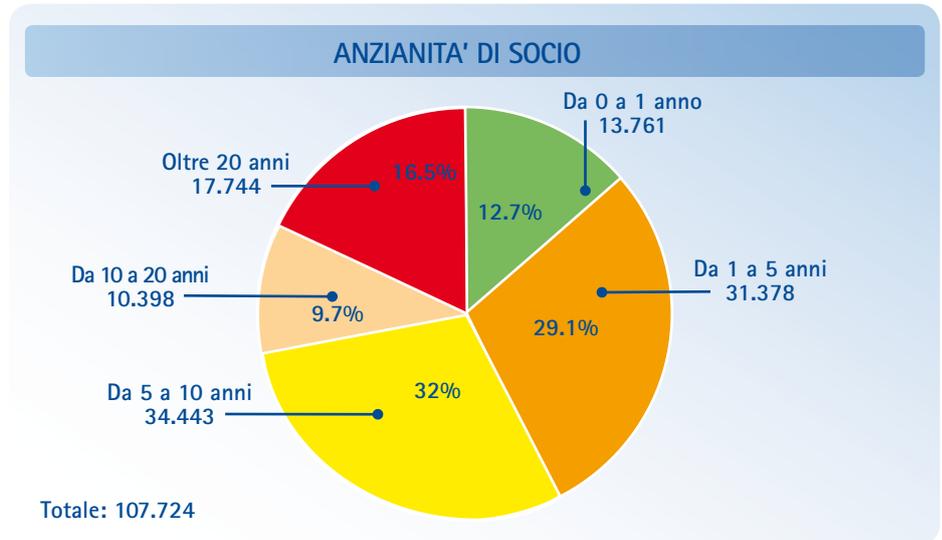
Il dato comprende la presenza di Soci collaboratori che detengono quote in più di una banca o società del Gruppo.

## Servizi per i Soci

I Soci sono da sempre considerati interlocutori privilegiati ai quali offrire servizi a condizioni di particolare favore. Per garantire una relazione speciale al riguardo sono intraprese iniziative mirate ad aumentare il loro senso di appartenenza alla compagine sociale.

I Soci-clienti, in particolare, sono naturali destinatari di un rapporto che intende esaltarne la caratteristica congiunta di detentori del capitale e utilizzatori dei prodotti bancari; la loro natura è fondamentale per sostenere il processo di crescita del Gruppo. In virtù di tale ruolo, a fine 2006 sono loro proposti:

- uno sconto pari al 50% del canone mensile previsto per la linea di conti Armonia, che comprende un pacchetto di servizi e prodotti a tariffazione fissa



SOCI COLLABORATORI*	2006	2005	2004
Credito Valtellinese	969	973	888
Credito Artigiano	942	1.025	463
Credito Siciliano	871	1.005	285
Banca dell'Artigianato e dell'Industria	64	65	10
Bancaperta	125	140	112
Mediocreval	18	14	8
Aperta SGR	11	-	-
Creset	12	-	-
Deltas	91	92	62
Bankadati	125	127	97
Crypto	33	36	-
Stelline	56	57	32
<b>TOTALE</b>	<b>3.317</b>	<b>3.635</b>	<b>1.980</b>

La trasparenza e il profilo che cerchi, il conto tutto compreso che trovi.

Oltre 180.000 clienti hanno già scelto Conto Armonia! E tu?

Credito Valtellinese  
Credito Siciliano

differenziati in base alle singole esigenze;

- tassi agevolati sul prodotto "Fidocontinuo" - finanziamento rateale ricaricabile da parte del cliente ed erogabile anche via Internet.

Nel corso del 2007 è stata rilasciata, in ossequio con le indicazioni del nuovo Piano Strategico (secondo cui la centralità del ruolo della base sociale è destinata a trovare ulteriore rafforzamento), una nuova offerta riservata ai Soci, denominata "Convenzione SpecialSocio", caratterizzata in particolare - a fronte di un possesso a partire da mille azioni del Credito Valtellinese in deposito presso una banca del Gruppo - da condizioni migliorative rispetto alle modalità "standard" in termini di tassi sui finanziamenti rateali, spese di istruttoria sui mutui e commissioni sulle gestioni patrimoniali.

## Il valore del possesso azionario

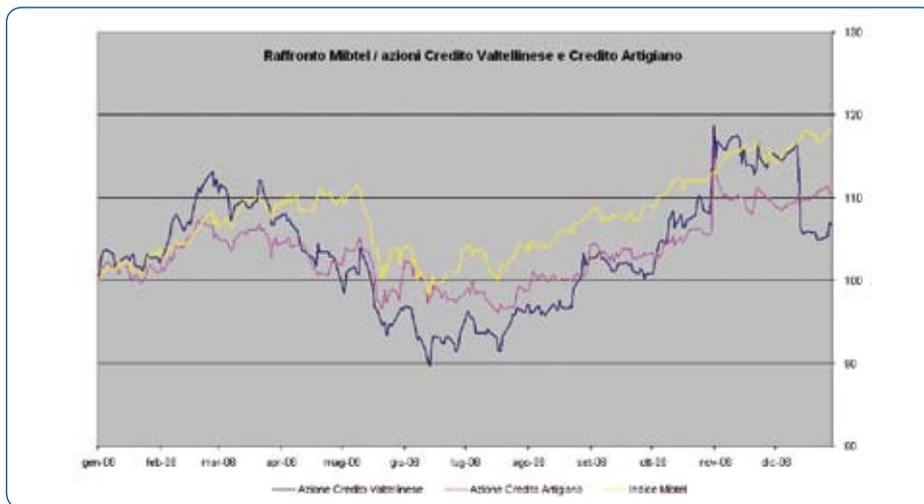
Il prezzo medio di mercato del titolo Credito Valtellinese (calcolato come media dei prezzi registrati nell'anno solare 2006 ponderata per i volumi scambiati quotidianamente) è risultato pari a 12,23 euro, a fronte di un volume medio giornaliero di 221.779 azioni scambiate. Il prezzo massimo giornaliero di chiusura è stato di 13,62 euro - registrato l'1 novembre - mentre la quotazione minima è risultata di 10,28 euro il giorno 14 giugno. Alla fine del 2006 il titolo quotava 12,23 euro e la conseguente capitalizzazione di borsa della Capogruppo si attestava a 1,113 miliardi di euro.

Il prezzo medio di mercato del titolo Credito Artigiano è stato di 3,55 euro, con un volume medio giornaliero di azioni scambiate pari a 74.280 unità. Il prezzo massimo giornaliero di chiusura è risultato

pari a 3,90 euro (1° novembre), mentre il prezzo minimo si è attestato a 3,23 euro il 18 luglio. L'azione quotava 3,72 euro a fine anno per una capitalizzazione di borsa pari a 529,7 milioni di euro.

Dal 19 marzo 2007 le azioni del Credito

Valtellinese sono entrate a far parte dell'indice Midex; i titoli della Capogruppo appartengono da quella data al segmento Blue Chip, destinato ad accogliere le società con una capitalizzazione di mercato superiore al miliardo di euro.



## Rating

Nel corso dell'anno l'agenzia Moody's ha confermato la valutazione assegnata a Credito Valtellinese e Bancaperta.

Le due banche registrano, con outlook stabile, i rating evidenziati nella tabella a lato:

A LUNGO TERMINE	BAA1
A BREVE TERMINE	P-2
SOLIDITÀ FINANZIARIA	C-

## Dividendi delle banche quotate

Con riferimento all'esercizio 2005, in occasione dell'Assemblea dei Soci del Credito Valtellinese tenutasi in data 22 aprile 2006 è stato approvato il monte dividendi da distribuire ai detentori delle quote di capitale, pari a 31,4 milioni di euro - in crescita del 18,9% rispetto al precedente esercizio. Il

dividendo unitario si è attestato a 0,40 euro (invariato rispetto all'anno precedente), ma rapportato ad un maggior numero di azioni (90.971.291, +18,9% rispetto a fine 2005) costituenti il capitale sociale per effetto della conversione della prima tranche del prestito obbligazionario "Credito Valtellinese

2,8% 2004-2007 convertibile".

L'Assemblea dei Soci del Credito Artigiano svoltasi il 10 aprile 2006 ha deliberato la distribuzione di un dividendo di 0,1240 euro per azione (+10,1%) per un importo complessivo di 17,7 milioni di euro (+18,3%).

## La comunicazione ai Soci e finanziaria

L'attività di comunicazione verso i Soci trova espressione diretta nel corso delle Assemblee sotto forma di rendicontazione delle attività e dei risultati di bilancio da parte dei Consigli di Amministrazione.

Il Servizio Corporate Identity, Comunicazione Istituzionale e Stampa di Deltas costituisce la struttura dedicata all'informazione verso i Soci e il mercato. Nei rapporti relativi il Gruppo si attiene a principi di trasparenza e correttezza,

nel rispetto delle norme che regolano le relazioni con il mercato delle società emittenti titoli quotati. La gestione delle relazioni con la comunità finanziaria è affidata allo stesso Servizio - sia in termini di assolvimento di obblighi normativi sia di ottenimento di un'adeguata visibilità del Gruppo e delle sue iniziative gestionali e strategiche presso il mercato finanziario di riferimento e gli organi di informazione specializzati - cui è delegato

il compito di mantenere le attività di relazione con gli organi di informazione, in stretto collegamento con le singole società del Gruppo, e di curare i rapporti con la stampa e le altre forme di comunicazione operanti sul territorio nazionale.

Tutte le informazioni di carattere economico-finanziario sono disponibili sul sito Internet del Gruppo ([www.creval.it](http://www.creval.it)) - all'interno della sezione "Informazioni e servizi".

# CLIENTI

La politica commerciale del Gruppo persegue la determinazione di un rapporto con la clientela basato su un grado forte di fidelizzazione, a fronte di un'offerta sempre più specializzata. A tal fine tutti i collaboratori sono chiamati ad una costante attività di ascolto dei bisogni del mercato servito e potenziale al fine di poterli soddisfare.



La disponibilità di processi operativi ad elevato tasso di innovazione tecnologica costituisce a sua volta una pre-condizione fondamentale per l'ottenimento di un elevato livello di servizio per i soggetti economici con cui le banche e le società iscritte nel perimetro unitario di riferimento interagiscono, in un'ottica di continuo aggiornamento del listino dei prodotti e servizi proposti al mercato.

Lo stesso monitoraggio e riadeguamento permanente del catalogo dell'offerta risponde allo scopo di rafforzare i legami di clientela in un contesto in permanente evoluzione e in cui si registrano una pluralità di bisogni nuovi; in questo quadro, le banche del Gruppo mirano alla

definizione di uno stato delle relazioni con i singoli clienti:

- orientato a comportamenti etici, coerentemente con i valori di riferimento dichiarati;
- ad elevato livello di flessibilità e personalizzazione;
- caratterizzato da fiducia reciproca;
- trasparente;
- fondato su un principio di segmentazione, al fine di consentire la più adeguata soddisfazione delle loro esigenze;
- mirato ad un'offerta qualificata di tipo consulenziale;
- basato su un'alta qualità dei servizi proposti, in un'ottica di multicanalità integrata – rete fisica degli sportelli (sulla base del principio di prossimità e accessibilità legato alla diffusa presenza territoriale delle filiali - "banche a maglie strette") e canali a distanza.

## Distribuzione territoriale dei rapporti\*

### DIFFUSIONE PER REGIONE

totale Italia	990.956
totale Estero	21.134
totale generale	1.012.090



\* L'aggregato comprende oltre ai conti correnti attivi e passivi i depositi a risparmio, i certificati di deposito, i rapporti di leasing, i rapporti di pegno, il salvo buon fine, gli anticipi, i mutui, le sovvenzioni, i rapporti sull'estero e i pronti contro termine

## Indici di territorialità

La composizione percentuale per ambito provinciale del totale della raccolta diretta e degli impieghi esprime gli indici

di territorialità delle banche del Gruppo. Emerge il peso relativo delle province di Milano e Sondrio, cui si affiancano – con

dati di raccolta e impieghi superiori al 5% del totale – Catania, Como, Lecco e Varese.

## IMPIEGHI E RACCOLTA PER PROVINCIA DI LOCALIZZAZIONE DEGLI SPORTELLI

PROVINCIA	IMPIEGHI	RACCOLTA
Agrigento	0,1%	0,1%
Bergamo	4,3%	1,5%
Brescia	1,9%	1,5%
Caltanissetta	0,7%	1%
Catania	7,5%	10,2%
Como	8,3%	5,8%
Enna	0,3%	0,2%
Firenze	1,7%	1,2%
Lecco	8,1%	5,3%
Messina	1,7%	2,1%
Milano	31,7%	33,3%
Palermo	2,8%	4,2%
Pavia	0,2%	0,2%
Pistoia	0,1%	0,1%
Prato	0,5%	0,5%
Ragusa	0,9%	0,5%
Roma	3,8%	8,2%
Siracusa	0,6%	0,8%
Sondrio	15,5%	16,1%
Trapani	1%	0,9%
Varese	6,7%	5,5%
Vicenza	1,4%	0,7%
Verona	0,2%	0,1%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## La politica della raccolta e degli impieghi

La crescita costante di raccolta e impieghi evidenzia da una parte la capacità del Gruppo di attrarre risparmio, dall'altra il dato relativo al finanziamento

dell'economia e delle famiglie presenti nei mercati locali di insediamento della rete commerciale; la politica creditizia perseguita dalle banche del Gruppo è

orientata alla massima diversificazione per segmento di clientela e settore di attività in modo da ridurre il rischio del portafoglio prestiti.

### Raccolta

Il volume globale della raccolta del Gruppo è ammontato a 24.445 milioni di euro (+10,7%).

La raccolta diretta da clientela risulta pari a 12.074 milioni di euro, in aumento del

15,1% rispetto a fine 2005.

La raccolta indiretta, che ha visto una crescita sostenuta del comparto amministrato, è risultata pari a 12.371 milioni di euro (+6,8%), di cui 6.043

milioni di euro (+10,9%) sotto forma di risparmio gestito (fondi comuni di investimento e gestioni patrimoniali) e 6.328 milioni di euro (+11,5%) come risparmio amministrato.

### Impieghi

Gli impieghi sono ammontati a 11.367 milioni di euro (+15,3%); la rischiosità dei

crediti, riassunta nell'indicatore Sofferenze nette / Impieghi a clientela, evidenzia un

valore pari all'1,6% (ampiamente inferiore alla media del sistema bancario italiano).

## La comunicazione con la clientela

L'attività di comunicazione con la clientela mira agli obiettivi di:

- diffondere la conoscenza dell'offerta di prodotti e servizi supportando le campagne commerciali;
- capitalizzare ed incrementare i risultati ottenuti in termini di immagine e riconoscimento dei marchi del Gruppo e delle banche territoriali;
- perseguire, nella selezione dei mezzi a disposizione, criteri di efficacia ed efficienza.

Su questi principi è stato strutturato un "Piano Media" che ha visto lo sviluppo di contratti-quadro con le concessionarie di pubblicità in grado di assicurare un'adeguata copertura dei territori di interesse.

E' proseguita la pubblicazione del

periodico quadrimestrale Pleiadi, disponibile anche nelle filiali e in alcuni casi insieme alla stampa locale; la struttura di riferimento



presenta sezioni dedicate tra l'altro ai nuovi prodotti e servizi, interviste

a personaggi famosi, un approfondimento dello stato della congiuntura economica, le iniziative sul territorio e una parte denominata "banca nel sociale". Ormai affermato strumento di comunicazione

con la clientela ed i soci, Pleiadi è distribuito in 500.000 copie annuali.

Il Bilancio Sociale, rivisitato per comunicare in modo più diretto e trasparente i principi ed i valori cui si ispira il Gruppo nella sua attività di impresa, ha confermato la propria utilità come modalità di comunicazione della caratterizzazione dei portatori di interesse e delle attività realizzate in ambito sociale e



ambientale. Costituisce un moderno strumento di rendicontazione agli stakeholder teso a definire in modo strutturato l'identità del Gruppo e a quantificare la creazione del Valore Aggiunto prodotto e la sua distribuzione. Pubblicato in 4.000 copie e disponibile in tutte le filiali, è consultabile anche in rete ([www.creval.it](http://www.creval.it)) e in apposito CD comprensivo di tutte le relazioni e i bilanci delle banche e società del Gruppo.



## Le campagne pubblicitarie

Al fine di supportare l'attività di vendita sono state ideate e realizzate campagne pubblicitarie nel corso dell'intero anno che hanno riguardato i seguenti prodotti e servizi:

- MutuoLibero, tramite uno spot dedicato trasmesso su circuiti televisivi locali e nazionali;

- la Linea dei Conti Armonia (zero spese);
- Sant'Agata Linea Pegno;
- il servizio CambioBanca;
- la linea di prestiti personali FidoAperto;
- il servizio di Corporate Banking Interbancario (CrevalCBI);
- Gestioni Patrimoniali Personal Fund Plus;
- le linee di Polizze Vita Rendita Futura e

Polizze Danni Famiglia Sicura;

- ContoNoProfit;
- la convenzione con l'Ente Nazionale Sordomuti per lo sportello non udenti;
- la possibilità di destinare il cinque per mille in sede di dichiarazione dei redditi alla Fondazione Gruppo Credito Valtellinese.

## I prodotti

### Prodotti di investimento

Nel settore assicurativo (ramo vita) la novità di maggior rilievo è costituita dall'emissione di "Global Protezione Valore", polizza rivalutabile collegata alla gestione speciale "Ri.Alto" realizzata in collaborazione con società del settore di primario rilievo nazionale. Il nuovo prodotto si rivolge ad investitori con una propensione limitata al rischio ed orientati alla sottoscrizione di formule che prevedono la garanzia di rimborso

del capitale iniziale ed un premio minimo garantito del 2% - l'assicurato può optare tra la corresponsione annuale di una cedola ed il reinvestimento diretto del rendimento maturato.

Nel ramo danni è stata incrementata l'offerta di FamigliaSicura con il lancio della linea "Light" che offre, oltre alla copertura della responsabilità civile, un'interessante serie di garanzie accessorie.

A questi prodotti si sono affiancate cinque emissioni obbligazionarie di tipo index-linked che, oltre a riconoscere un rendimento legato all'andamento degli indici delle principali piazze mondiali, prevedono la rivalutazione minima del capitale a scadenza del 2% o delle cedole annuali in linea con il tasso di inflazione. L'offerta di gestioni patrimoniali Personal Fund Plus si è arricchita di una nuova linea denominata "06 Obbligazionario Tasso Variabile".

### Prodotti di finanziamento

Il 2006 ha sancito il rinnovamento della linea di mutui ipotecari offerti alla clientela privata con il lancio di nuove soluzioni, caratterizzate da gradi elevati di flessibilità e personalizzazione in termini di piano di rimborso.

In particolare, MutuoFlessibile permette al cliente di stabilire una rata fissa a fronte di un tasso variabile e di modificarne

liberamente l'importo durante tutto il periodo di rimborso, in modo da adeguare costantemente il canone alle proprie capacità di ripagamento, con corrispondente revisione della durata del prestito.

MutuoLibero, primo ed unico in Italia nel suo genere (assegnatario del secondo posto del "Premio Cerchio d'Oro dell'Innovazione Finanziaria" nella categoria prodotti), consente di corrispondere rate di soli interessi e di gestire il rimborso del capitale senza vincoli temporali predeterminati, rappresentando la soluzione ideale per i clienti che dispongono di flussi reddituali non costanti. Entrambe le soluzioni sono caratterizzate da una completa gestibilità in Internet, in modo da consentire al cliente di agire sulle principali variabili del contratto di mutuo - importo, rata e durata - adattandole progressivamente alle proprie necessità e disponibilità.

A completamento della gamma sono state sviluppate anche soluzioni più tradizionali, quali MutuoCasaFacile e

MutuoRelax a tasso fisso, contraddistinte da un tasso invariato per tutta la durata contrattuale.

Nel corso dell'anno è stato avviato il lavoro di restyling dei prodotti di finanziamento per il credito al consumo con la creazione della nuova Linea FidoAperto.

Per quanto concerne i finanziamenti destinati alle imprese sono state strutturate, sia direttamente che grazie ad accordi di collaborazione sviluppati con la Banca Europea degli Investimenti, nuove soluzioni contraddistinte da durate fino ai 15 anni nel settore dei mutui ipotecari e fino a 7 anni per operazioni chirografarie.

Il ruolo di sostegno alle piccole e medie imprese ed allo sviluppo economico dei contesti locali di insediamento tradizionalmente svolto dal Gruppo si è tradotto nella ricerca continua di finanziamenti agevolati da proporre al mercato e di accordi con importanti associazioni di categoria e consorzi di garanzia fidi.



### Prodotti di trasferimento

Relativamente all'area dei conti correnti, la linea dei conti Armonia si è arricchita della versione "young", appositamente studiata e dedicata a giovani di età compresa fra 18 e 25 anni.

A conferma della tradizionale attenzione

ed impegno del Gruppo al servizio delle organizzazioni senza scopo di lucro è stato realizzato ContoNoProfit, le cui caratteristiche fondamentali sono rappresentate nel capitolo 1 dedicato alla responsabilità sociale - sezione riservata alle

iniziative specifiche del Gruppo nel settore. Con riferimento all'ambito dell'Internet banking per le imprese, è stato lanciato il nuovo servizio CrevalCBI, realizzato in collaborazione con la società Cim Italia del Gruppo ICBPI.

## Numero medio dei prodotti detenuti dai clienti e *retention rate*

Il numero medio di prodotti detenuto da ciascun cliente del Gruppo (indice di *cross-selling*) è risultato pari a 3,60 a fine 2006, a testimonianza della capacità delle

reti bancarie del Gruppo di proporre alla clientela un'offerta sempre più ampia.

La *retention rate* (tasso di permanenza della clientela) a livello consolidato

evidenzia un valore particolarmente elevato, essendo superiore al 92% a conferma dell'elevata capacità di fidelizzazione del Gruppo.

## La programmazione commerciale

Nel 2006 è proseguito il processo di revisione dei meccanismi di pianificazione dei ricavi di Gruppo che ha portato alla definizione di un budget che, sulla base delle ipotesi macroeconomiche di sistema, è stato 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,

rappresentando il momento strutturato di definizione e verifica delle 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

Al fine di rendere più incisiva l'attività commerciale svolta dai consulenti delle filiali sono stati ulteriormente implementati gli strumenti informatici finalizzati al controllo e alla programmazione. È inoltre proseguita l'attività di supporto alla vendita tramite:

- la definizione di tecniche suddivise per

segmenti di cliente/prodotto;

- l'implementazione di strumenti di marketing accessibili via Internet allo scopo di potenziare l'attività di *cross-selling*;
- la definizione di processi di convenzionamento con realtà a potenziale commerciale rilevante.

L'attività di supporto alla rete delle banche si

è concretizzata nell'assistenza quotidiana alle filiali nelle attività di pre- e post-vendita via telefono, posta elettronica e, quando opportuno, con visite dirette; anche il canale elettronico è stato utilizzato per rendere disponibili ai dipendenti documentazione di base e aggiornamenti tramite apposite *newsletter*.

## Il sistema incentivante

Il sistema incentivante a cadenza semestrale per i direttori di filiale ed i responsabili delle aree territoriali si è rivelato un importante strumento per il presidio e l'indirizzo dell'attività commerciale, sintetizzando in sé le principali risultanze in termini di prodotti e servizi venduti e di contributo al conto economico.

Nel corso dell'anno sono stati introdotti ulteriori aggiornamenti e implementazioni al modello tesi a:

- rendere sempre più efficace ed efficiente il sistema;
- mantenerne una reale rispondenza all'evoluzione dell'attività.

## Le campagne commerciali

Le campagne commerciali incentivate per i consulenti di filiale hanno confermato la loro importanza per il raggiungimento dei principali obiettivi di budget.

L'attenzione mirata all'obiettivo della campagna, gli strumenti di marketing predisposti a supporto e un attento e costante monitoraggio da parte delle funzioni aziendali interessate e dei singoli collaboratori hanno consentito di raggiungere risultati soddisfacenti con

riguardo ai principali obiettivi del piano commerciale.

Le iniziative che hanno coinvolto la rete degli sportelli nel corso dell'anno sono risultate complessivamente quattro - due collocate nel primo semestre dell'anno e dedicate all'acquisizione di nuova clientela e al settore delle gestioni patrimoniali e due nella seconda parte, rivolte al comparto assicurativo.



**Personal Fund Plus:**  
la gestione patrimoniale che stai cercando.

Personal Fund Plus è la gestione patrimoniale personalizzata che prevede, senza commissioni di ingresso e di uscita, numerose linee d'investimento in titoli, in fondi e Sicav gestite dai nostri esperti e realizzate in collaborazione con primari partners internazionali per rispondere alle tue specifiche esigenze.

**PersonalFundPlus**  
Nella rete degli sportelli del Gruppo

GEFFO BANCAEURO  
**Credito Valtellinese**  
VALTOBI IN CORSO

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

## L'attività nel settore della banca virtuale

Bancaperta ha continuato a presidiare l'erogazione e l'evoluzione dei servizi di banca via Internet per la clientela del Gruppo secondo un'articolazione definita in termini di tipologia di terminale di accesso (computer, palmare, telefono cellulare) e di contenuti (servizi bancari classici, innovativi e per il commercio elettronico).

La crescita del numero di contratti si è accompagnata ad una specifica attenzione alla qualità, testimoniata anche dalla conferma delle certificazioni secondo gli standard ISO 9001:2000 per l'erogazione dei servizi di banca virtuale e Qweb per il portale di commercio elettronico.

L'utilizzo dei servizi bancari via Internet

è risultato sempre più sostenuto: a fine 2006 gli utenti registrati sono 234.363 (+16,2%) - di essi, 95.247 clienti delle banche operano con continuità attraverso il servizio banc@perta.

Le transazioni effettuate sul canale elettronico sono cresciute su base annua di oltre il 25%, con un incremento di valore del 46,7%. Dal punto di vista degli importi si conferma l'importanza dei bonifici (controvalore 5,2 miliardi di euro) e delle presentazioni di portafoglio (1,5 miliardi di euro), mentre con riferimento al numero di disposizioni rileva il dato relativo alle ricariche telefoniche (366.164) e alle deleghe F24 (247.490).

L'operatività in Internet delle carte prepagate registra 386.001 ricariche (+41,6%) per un importo di 122,4 milioni di euro (+39,1%). Intenso anche l'utilizzo dei servizi Internet a fini informativi, con quasi 13,5 milioni di richieste della clientela (+16%).

L'attività nel trading su titoli - 1,26 miliardi di euro di controvalore - è risultata in aumento del 32% in termini di volumi trattati.

Molto significativo risulta il dato delle visite ai portali del Gruppo ([www.creval.it](http://www.creval.it) e [www.apertacity.com](http://www.apertacity.com)) con una media mensile di 184.114 visitatori (+11,5%) e un numero totale di pagine annue visualizzate che sfiora i 100 milioni di unità.

SERVIZIO BANC@PERTA - ANNO 2006	VALORE	CRESCITA SUL 2005
Utenti registrati	234.363	16,2%
Inquiry	13.451.475	16%
Numero di disposizioni	3.038.545	25,4%
Importo delle disposizioni (euro)	8.972.955.436	46,7%

## Il posizionamento

L'analisi sui servizi finanziari on-line elaborata da KPMG Advisory sulla base dei dati forniti da oltre cinquanta banche al 30 giugno 2006 fornisce un quadro strutturato dell'evoluzione dei servizi di *e-banking* e *trading on-line* in Italia.

Il rapporto evidenzia la posizione relativa a livello di sistema bancario italiano: con una quota pari al 3,3% del totale delle operazioni

dispositive complessivamente svolte in Internet, il Gruppo si situa all'ottavo posto della classifica assoluta. Le caratteristiche di facilità d'uso, convenienza, standard di sicurezza sempre più elevati e alto tasso di innovazione tecnologica associate all'offerta delle banche territoriali e di Bancaperta contribuiscono ad un risultato di assoluto rilievo: il dato posiziona il Gruppo Credito

Valtellinese tra i primi dieci operatori del mercato, davanti a intermediari caratterizzati da una presenza territoriale e da volumi operativi significativamente superiori, e ne conferma le caratteristiche distintive in termini di capacità di servire la clientela in rete e di rivestire un ruolo da protagonista all'interno di uno scenario in sostenuta evoluzione e a grado di competitività molto elevato.

## Call center

Bancaperta ha continuato a gestire per tutte le banche del Gruppo il servizio di assistenza alla clientela a supporto dell'operatività via Internet attraverso il canale telefonico - 37.723 chiamate nel corso dell'anno (+17,8%) - e telematico - 4.800 E-mail (+13,8%).

Rispetto alle chiamate effettuate al *call center*, la percentuale di telefonate che hanno trovato risposta è risultata pari al 91%.

Da inizio 2007 il servizio è interamente gestito da Bankadati - la copertura oraria è assicurata nei primi cinque giorni della settimana dalle 8 alle 22 e il sabato dalle 8 alle 13. La scomposizione per causale delle richieste pervenute tramite lettera telematica evidenzia la prevalenza relativa delle tematiche relative a Banc@perta e alle problematiche del collegamento a Internet.

### TIPOLOGIA DELLE RICHIESTE

CAUSALE	N°RICHIESTE	%
Banc@perta	1.790	37,3%
Collegamento a Internet	1.178	24,5%
Richieste alla filiale	524	10,9%
Linea @perta	292	6,1%
Gestione Clientela	138	2,9%
Altri Servizi	878	18,3%

## Reclami clienti

La politica di gestione dei reclami, in capo alla Direzione Auditing di Deltas, si è sviluppata in adesione ai principi del sistema di certificazione della qualità e in linea con la scelta di aderire al progetto PattiChiari.

### TOTALE RECLAMI

	Area Banca	Area Finanza	Bond in Default*	Totale
Credito Valtellinese	34	24	19	58
Credito Artigiano	98	101	82	199
Credito Siciliano	142	19	11	161
Banca Artigianato e Industria	2	1	-	3
Bancaperta	-	2	-	2
<b>Totale</b>	<b>276</b>	<b>147</b>	<b>112</b>	<b>423</b>

\* Sul totale dei reclami dell'area finanza

La valutazione scrupolosa di ogni esposto e la cura posta nell'approfondirne le motivazioni hanno consentito di individuare, quando necessario, le opportune azioni correttive - in collaborazione con tutte le strutture di Gruppo.

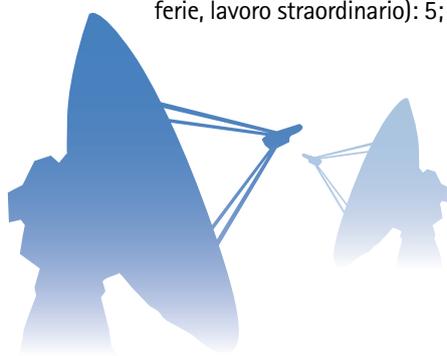
Le banche del Gruppo hanno ricevuto complessivamente 423 reclami (+15,3%), di cui 147 (34,8% del totale, -9,5% rispetto al 2005) relativi all'area finanza. Di questi, 112 hanno riguardato emissioni obbligazionarie in default.

## Radar

L'applicazione Radar (acronimo di Rilevazione Automatica delle Anomalie Ricorrenti) raccoglie le segnalazioni degli operatori e, per loro tramite, della clientela finalizzate al miglioramento di processi, prodotti e servizi. Realizzata in ambiente Web e disponibile nella rete Intranet di Gruppo, è utilizzabile da tutti i collaboratori. La dinamica registrata nel corso degli anni ha mostrato un andamento crescente, a conferma della validità di uno strumento teso a identificare le ragioni delle problematiche periodicamente rilevate e a rimuoverne le cause.

Nel 2006 sono giunte 527 indicazioni di anomalie riguardanti i seguenti ambiti di riferimento:

- personale (risorse assegnate, formazione, ferie, lavoro straordinario): 5;



- normativa (fiscale, circolari, ordini di servizio, regolamenti, nuove procedure): 65;

- strumenti (hardware, software, procedure, reti telematiche): 441;

- ambiente (immobili, impianti, arredi, manutenzioni, sicurezza, trasporto dei valori, servizio posta): 16.

Le segnalazioni ed i suggerimenti inviati hanno consentito l'attivazione di misure correttive. A undici collaboratori è stato assegnato un particolare riconoscimento per il contributo apportato con le proprie indicazioni.

## Tutela della privacy

Le strutture del Gruppo sono impegnate a garantire la tutela della privacy di tutte le categorie di soggetti legalmente interessati (clienti, Soci, collaboratori, fornitori, amministratori) e assicurano la necessaria trasparenza in termini di informazione al pubblico sui propri diritti al riguardo e sulle modalità di trattamento dei dati di natura personale.

La particolare considerazione riservata alla materia si riflette nella cura ed attenzione all'applicazione della normativa definita nel Decreto

Legislativo 30 giugno 2003, n. 196 dal titolo "Codice in materia di trattamento dei dati personali" - il suo rispetto è ritenuto fondamentale per la salvaguardia e valorizzazione dei diritti fondamentali di tutti gli interlocutori del Gruppo.

La rielaborazione del Documento Programmatico sulla Sicurezza è stata effettuata nei termini legislativamente previsti e sulla base delle linee-guida predisposte dal Garante per la privacy; nel corso dell'anno è continuato il presidio delle procedure di "disaster

recovery", al fine di incrementare la sicurezza della conservazione dei dati.

L'attribuzione del presidio della materia è stata formalizzata ad apposita funzione a livello di Gruppo (Servizio Adempimenti Societari - Deltas), chiamata a monitorare costantemente l'adeguamento della legislazione e a disciplinare conseguentemente la normativa interna; l'attività viene svolta anche con il contributo di gruppi di progetto appositamente costituiti ed è supportata da costanti interventi e controlli ispettivi interni.

## RISORSE UMANE

Prima mission della Direzione Risorse Umane del Gruppo consiste nel ricercare e fare emergere l'eccellenza.

Partendo dalla consapevolezza che il Gruppo si avvale e continua ad inserire Risorse eccellenti, obiettivo fondamentale è creare le condizioni più idonee alla loro realizzazione. Ciò si realizza a differenti livelli. Innanzitutto attraverso processi equi e trasparenti, in cui la variabile giudicante e giudicata sia sempre e soltanto la "competenza". Un metodo di Gruppo che bilancia equamente

responsabilità decisionali e metodologiche e che riconosce nelle competenze specialistiche interne il proprio punto di forza provvede allo scopo.

Nel contempo, nella consapevolezza che solo una squadra affiatata e coesa fornisce risultati eccellenti a partire dai pur rilevanti contributi individuali, il Gruppo persegue un clima che favorisce lo sviluppo della collaborazione, della crescita armonica, dello scambio di conoscenze e della condivisione progettuale.



## Politica delle assunzioni

Per quanto concerne l'attività di ricerca dei candidati, il Gruppo dispone di fonti strutturate per la ricezione delle richieste comprensive dei curricula necessari – in particolare il sito Internet ([www.creval.it](http://www.creval.it)) e le strutture dei Servizi delle singole banche e società.

Il numero delle candidature pervenute nel 2006 attraverso i differenti canali

ammonta a 12.369 (+7,6%), a conferma di una crescente visibilità del Gruppo sul mercato del lavoro.

La trasmissione dei curricula ha privilegiato il canale Internet (8.980 invii, pari al 72,6% del totale) rispetto alle modalità tradizionali.

Sono state valutate direttamente 1.300 persone (10,5% del totale dei curricula),

nel 79% dei casi candidati alla prima significativa esperienza lavorativa. Al riguardo una pre-selezione si è basata su requisiti precisi:

- età inferiore a 30 anni;
- diploma di maturità di tipo "tecnico" con votazione di riguardo (pari ad almeno 80/100);
- laurea in materie economiche, scienze politiche o giurisprudenza con voto non inferiore a 95/110 – altri titoli di studio specifici sono stati presi in considerazione solo in funzione di precise esigenze di inserimento in ambiti specialistici nelle società di produzione del Gruppo.

### ATTIVITA' DI SELEZIONE: I NUMERI

	2006	2005	2004
Numero di curricula	12.369	11.500	12.445
Numero di colloqui	1.300	1.329	1.109
<b>Totale assunzioni</b>	<b>237</b>	<b>250</b>	<b>209</b>

## Flussi in entrata e in uscita

Il numero delle Risorse Umane occupate nelle banche e società del Gruppo è cresciuto su base annua di 37 unità, passando da 3.307 a 3.344 unità (+3,8%) a fine 2006.

Il dato costituisce il risultato di 237 assunzioni e 200 uscite – tra cui 2 licenziamenti e 88 cessazioni del rapporto di lavoro con il Gruppo da parte di collaboratori di Rileno a seguito dell'uscita dal Gruppo di tale società, avvenuto nel corso dell'anno in concomitanza con la creazione di Creset Servizi Territoriali.

La composizione dell'aggregato evidenzia inoltre le seguenti, ulteriori caratteristiche:

- 159 collaboratori alla prima esperienza lavorativa (67,1% del totale) e 78 con precedenti esperienze lavorative (32,9%);
- 150 uomini (63,3%) e 87 donne (36,7%);
- impiegati nella rete di vendita: 124 uomini (52,3%) e 58 donne (24,5%); occupati nelle funzioni di "servizio centrale": 26 uomini (11%) e 29 donne (12,2%).

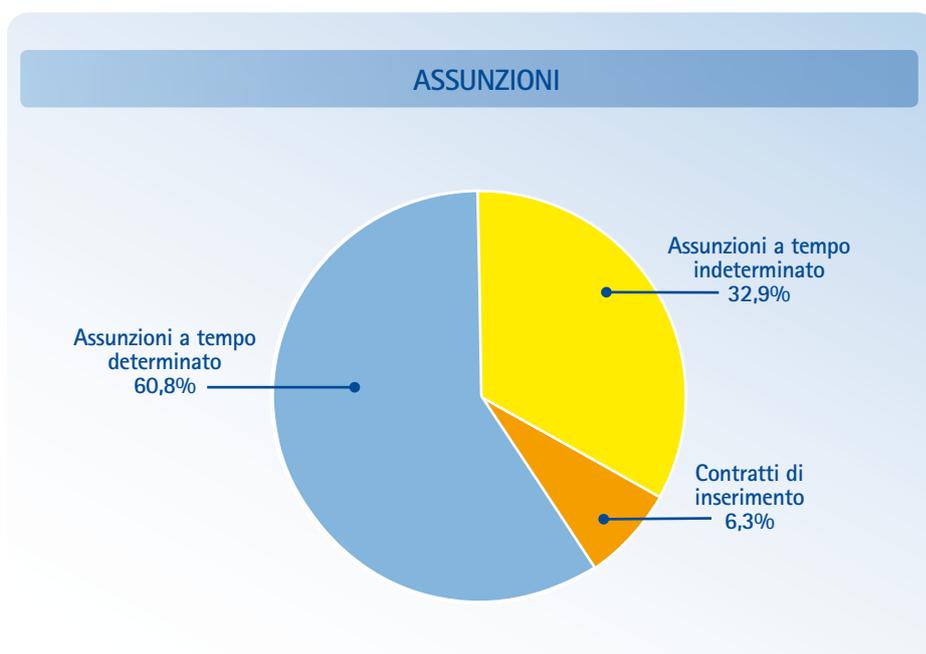
	2006
<b>Entrate</b>	
- Assunzioni	237
<b>Uscite</b>	
- Cessazioni	110
- Licenziamenti	2
- Altre uscite	88
<b>Totale</b>	<b>+37</b>
<b>Totale dipendenti</b>	<b>3.344</b>

## Tipologia contrattuale delle assunzioni

Il 32,9% dei neo-assunti ha sottoscritto un contratto a tempo indeterminato, il 60,8% a tempo determinato e il rimanente 6,3% un contratto di inserimento.

Si registra una significativa variazione della composizione dell'aggregato rispetto al 2005 che evidenzia:

- una rilevante riduzione dei dipendenti con contratto di inserimento (-5,7%), in linea con le tendenze del sistema bancario;
- un aumento dei collaboratori con contratto a tempo determinato (+4,1%), in analogia con la dinamica delle assunzioni verificatesi nel Paese anche a seguito delle innovazioni legislative in materia;
- una crescita delle assunzioni a tempo indeterminato (+1,6%).



## Composizione del personale

La composizione per età, anzianità, sesso, titolo di studio e residenza geografica dell'organico del Gruppo presenta le seguenti caratteristiche fondamentali:

- l'età media evidenzia un valore pari a 41 anni, in linea con il 2005 ed inferiore di oltre un anno alle risultanze del sistema bancario; rimane parimenti invariata l'età media per genere, che si attesta per le donne a 38 e per gli uomini a 43 anni;
- l'anzianità di servizio media resta costante (14 anni) con un incremento (+4%) della percentuale di dipendenti con rapporti di lavoro in corso da meno di 10 anni, a testimonianza di un sostenuto processo di rinnovamento/ringiovanimento delle Risorse Umane.

La scomposizione per genere evidenzia un dato inferiore nel caso di personale femminile in tutti i gradi di qualifica - anzianità media pari a 12 anni a fronte di 15 anni per i dipendenti maschi.

La quota-parte di collaboratori presenti nelle banche e società del Gruppo da meno di 20 anni ammonta al 71% (+1% rispetto al 2005).

### ETA' MEDIA

Qualifica	Donne	Uomini	Media
Dirigente	50	53	53
Quadro Direttivo	44	48	48
Impiegati	36	39	38
Altre risorse	40	46	46
<b>Totale complessivo</b>	<b>38</b>	<b>43</b>	<b>41</b>

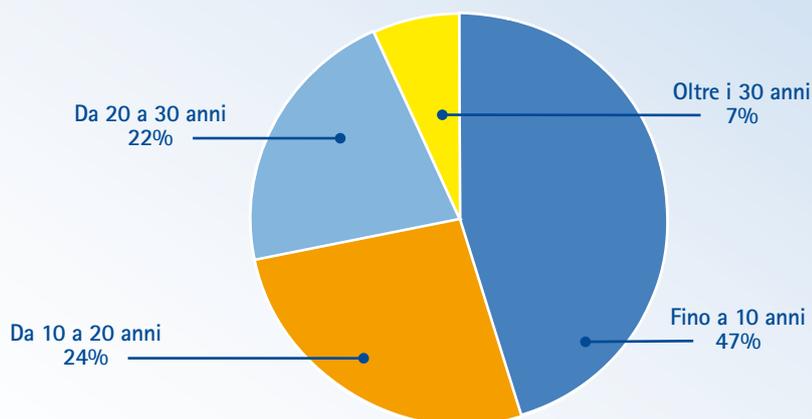
### ANZIANITA' MEDIA

Qualifica	Donne	Uomini	Media
Dirigente	12	22	22
Quadro Direttivo	16	19	19
Impiegati	11	12	12
Altre risorse	8	16	15
<b>Totale complessivo</b>	<b>12</b>	<b>15</b>	<b>14</b>

### FASCIA DI ANZIANITA'

	2006	2005	2004
Fino a 10 anni	47%	43%	41%
Da 10 a 20 anni	24%	27%	28%
Da 20 a 30 anni	22%	24%	26%
Oltre i 30 anni	7%	6%	5%

## COMPOSIZIONE PER ANZIANITÀ DI SERVIZIO



- l'effetto del turnover ha condotto ad un ulteriore incremento dell'incidenza del personale femminile, in crescita dal 2004 di oltre due punti percentuali;
- si conferma il trend di aumento della presenza di dipendenti laureati (37%, in crescita di oltre 2 punti percentuali rispetto al 2005), a fronte di un dato di sistema rimasto invariato al 26%;
- la visione contestuale del titolo di studio dei dipendenti e della suddivisione per area di attività indica come il personale operativo a diretto contatto con la clientela ammonti a poco più del doppio dei collaboratori occupati in funzioni di sede centrale.

Il 40% dei dipendenti degli uffici di sede centrale è laureato, mentre il 36% è impiegato presso la rete di vendita delle banche del Gruppo.

Se il possesso della laurea costituisce un elemento valutato favorevolmente in fase di assunzione, durante il rapporto di lavoro sono garantite analoghe opportunità di crescita professionale, indipendentemente dalla formazione scolastica.

## COMPOSIZIONE PER GENERE

	2006	2005	2004
Donne	28,3%	27,4%	26,1%
Uomini	71,7%	72,6%	73,9%

## TITOLO DI STUDIO DEI DIPENDENTI

	2006
Laurea	37%
Diploma scuola media superiore	58%
Licenza elementare e media inferiore	5%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>

## TITOLO DI STUDIO: SUDDIVISIONE PER AREE DI ATTIVITA'

	2006			
	Rete		Sedi centrali	
Laurea	36%	814	40%	439
Diploma scuola media superiore	59%	1.326	55%	601
Licenza elementare e media inferiore	5%	112	5%	52
<b>Totale</b>		<b>2.252</b>		<b>1.092</b>

## Distribuzione delle risorse umane per regione di residenza

La distribuzione geografica delle Risorse Umane del Gruppo per regione di residenza rispecchia le zone di insediamento delle filiali.

Il dato di provenienza rimane sostanzialmente stabile registrando una chiara prevalenza in Lombardia (2.100 dipendenti, pari al 62,8% del totale) e in Sicilia (951 collaboratori - 28,4% dell'aggregato), sia in ragione della presenza delle strutture di governo e supporto alle banche territoriali che per la rete di filiali ed il proseguimento del relativo piano di sviluppo, con ulteriori investimenti effettuati in particolare nelle province di Milano, Bergamo, Catania e nella regione veneta.

La crescita relativa più significativa si riscontra in Veneto (l'1,7% dei dipendenti del Gruppo risiede in questa regione a fine 2006, contro lo 0,9% del 2005 e lo 0,4% del 2004), a riflesso a sua volta della politica di espansione della Banca dell'Artigianato e dell'Industria.



## Politica delle pari opportunità

In questo ambito vengono comprese le azioni di attenzione ed agevolazione delle Risorse Umane tese a conciliare le esigenze lavorative con quelle familiari e la presa in considerazione della condizione di disabilità, oltre alla garanzia di assenza di discriminazioni per motivi legati a età, sesso, razza e religione.

Il 36,7% degli inserimenti effettuati in corso d'anno ha riguardato il personale femminile, di cui si conferma

la predominanza anche nell'opzione dell'impiego con orario part-time: su un totale del 6% dei dipendenti in

servizio a fine 2006 con questa tipologia contrattuale, le donne ne rappresentano la grande maggioranza (5%).

### ASSUNZIONI PER SESSO E TIPOLO DI STUDIO

Titolo di studio	Totale	
	Donne	Uomini
Laurea	52	79
Diploma	34	69
Licenza elementare e media inferiore	1	2
<b>Totale</b>	<b>87</b>	<b>150</b>

## Categorie protette

Nel rispetto dei criteri definiti dalla normativa vigente, a fine 2006 l'organico del Gruppo presenta 248 collaboratori appartenenti a categorie protette - il dato rimane costante rispetto all'anno precedente.

### CATEGORIE PROTETTE

	2006	2005	2004
Disabili	179	179	173
Orfani/vedove	69	69	74
<b>Totale</b>	<b>248</b>	<b>248</b>	<b>247</b>

## Assenze

Quasi la metà delle ore di assenza complessive è legata a casi di malattia, ad infortuni e a visite specialistiche (171.121 ore).

Seguono, tra i motivi specificati in modo non residuale:

- la nascita di figli e le necessità collegate di allattamento e di sostegno nel periodo successivo all'evento;
- ragioni di carattere familiare o personale;
- congedo senza retribuzione.

ORE DI ASSENZA	2006
Malattia, infortuni e visite mediche	171.121
Gravidanza, allattamento e post-parto	74.298
Motivi familiari o personali	20.240
Permessi sindacali	17.322
Donazione sangue	2.617
Congedo matrimoniale	6.440
Permessi per motivi vari	80.605
Congedo senza retribuzione	19.198
<b>Totale</b>	<b>391.841</b>

## Inquadramento contrattuale, evoluzione delle carriere e remunerazione

Prendendo in esame la distribuzione delle qualifiche professionali, è confermata nel tempo la prevalenza numerica del personale del Gruppo appartenente all'area impiegatizia (per quanto il dato in percentuale risulta in calo dello 0,9%); risulta in crescita la categoria dei Quadri Direttivi (+1%) a fronte della stabilità della quota-parte di Dirigenti.

La dinamica degli avanzamenti di carriera, governata da un processo consolidato di valutazione dei meriti e di relative deliberazioni, ha visto nel 2006 la sostanziale stabilità del numero assoluto delle promozioni. Il sistema retributivo è completato con i consolidati strumenti di gestione della componente variabile: un processo di definizione dei premi tramite bonus ed il sistema incentivante per le Reti di vendita.

Su un totale di 352 variazioni di incarico attivate nel corso del 2006, la maggior parte (47%) è motivata dal riconoscimento di una crescita di competenze e responsabilità nell'ambito dell'area funzionale di appartenenza; a seguire, con un complessivo 23%, si collocano le nuove assegnazioni di incarichi di responsabilità di tipo gestionale (responsabile di Servizio di sede centrale o di filiale).

Il 9% dei cambi di incarico ha riguardato collaboratori impiegati in nuove aree di competenza. Per il 30% la mobilità è risultata di tipo essenzialmente orizzontale (a parità di contenuti professionali).

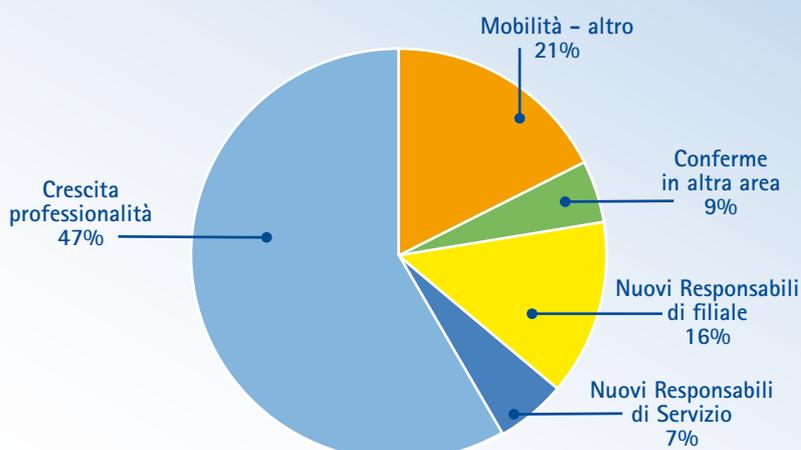
### DISTRIBUZIONE PERCENTUALE PER AREE

	2006	2005	2004
Dirigenti	1,5%	1,5%	1,4%
Quadri Direttivi	31,3%	30,3%	30,4%
Impiegati	65,9%	66,8%	65,5%
Altre risorse	1,3%	1,4%	2,7%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### PROMOZIONI

	2006	2005	2004
Da Quadri Direttivi a Dirigenti	5	8	1
All'interno dei Quadri Direttivi	77	76	64
Personale non direttivo promosso Quadro Direttivo	54	41	32
All'interno del personale non direttivo	242	265	231
<b>Totale</b>	<b>378</b>	<b>390</b>	<b>328</b>

### CAMBI DI INCARICO



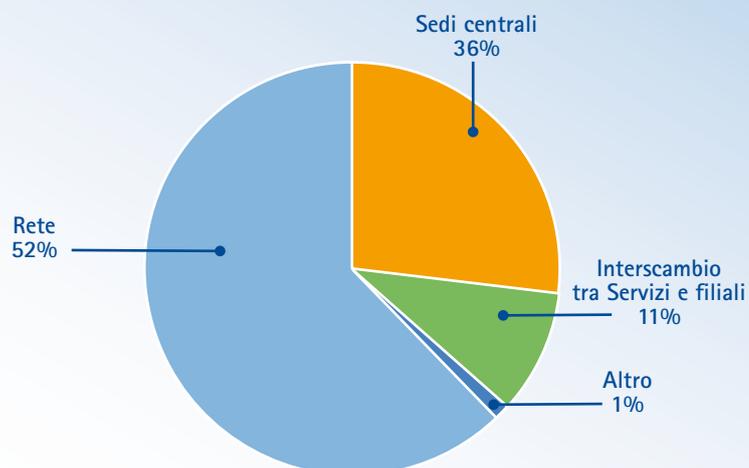
La maggioranza dei cambi di incarico (52%) si è verificata nell'ambito della rete commerciale, mentre il 36% ha riguardato la mobilità all'interno delle funzioni di sede centrale. Nell'11% dei casi si è trattato infine di passaggi da ruoli di filiale a incarichi di sede centrale o viceversa.

La valorizzazione e conseguente motivazione delle risorse si realizza anche attraverso un sistema di retribuzione meritocratico ed equilibrato; si evidenzia la sostanziale conferma dei livelli medi di retribuzione annua lorda per le aree dei Quadri Direttivi e degli Impiegati per effetto del turnover dovuto alle uscite per cessazione e per passaggio all'area retributiva superiore.

Le cifre riportate (in migliaia di euro) comprendono la corresponsione della tredicesima mensilità ed il premio di rendimento contrattuale nazionale.

Il numero degli infortuni sul lavoro ha registrato una crescita del 26,3%, mantenendosi peraltro su livelli molto limitati (48 casi a livello complessivo). In aumento risulta in particolare il dato relativo agli incidenti avvenuti fuori dagli spazi fisici delle banche e società del Gruppo (+39,3%), a fronte della riduzione di un decimale di punto degli infortuni interni.

### MOBILITA' AZIENDALE



### RETRIBUZIONE MEDIA LORDA PER CATEGORIA

	2006	2005	2004
Dirigenti	152	142	139
Quadri Direttivi	51	51	49
Impiegati	30	30	29
Altre risorse	26	26	24

### INFORTUNI SUL LAVORO

	2006	2005	2004
Totale	48	38	31
All'esterno delle aziende del Gruppo	39	28	24
All'interno delle aziende del Gruppo	9	10	7
Infotuni totali	1,4%	1,2%	1%
Infotuni esterni	1,2%	0,9%	0,8%
Infotuni interni	0,2%	0,3%	0,2%

### SPESE PER IL PERSONALE (importi in migliaia di euro)

	2006	2005	2004
Spese per il personale	222.990	203.205	183.421
<i>di cui:</i>			
Salari e stipendi	126.737	125.123	117.033
Oneri sociali	44.595	38.361	36.083
Trattamento di fine rapporto	12.452	13.935	9.905
Trattamento di quiescenza e simili	12.762	6.541	2.628

## Formazione

L'attività nel settore della formazione si è inserita nella pianificazione elaborata a seguito dell'avvio del Piano triennale 2006-2008. Sulla base dell'intenzione di rendere i corsi funzionali al raggiungimento degli obiettivi di crescita e di sviluppo del Gruppo, è stata privilegiata la copertura degli specifici fabbisogni di tipo in primo luogo operativo.

La percentuale di collaboratori che ha partecipato ad interventi formativi è stata pari all'85%, contro l'83% del 2005.

Nel 2006 sono state erogate 11.620 giornate di formazione (+7,6%) - 8.522 in aula tradizionale, 1.573 a distanza

(lezioni in aula virtuale e fruizioni di corsi in auto-apprendimento) e 1.525 in formula mista (aula tradizionale abbinata a modalità in auto-apprendimento).

Quest'ultima formula è stata sperimentata all'interno del percorso dedicato ai neo-assunti consentendo di ridurre il numero delle giornate organizzate sotto forma di training diretto e demandando alla modalità on-line una serie di contenuti teorici oggetto di successivo approfondimento durante gli incontri in aula di tipo tradizionale.

Per quanto riguarda i corsi dedicati alle figure di tipo "professional" sono stati individuati specifici percorsi formativi (finanza, crediti, comportamentale, manageriale, commerciale); per ognuno di

essi sono stati previsti due diversi livelli di approfondimento (base e avanzato).

Grande attenzione è stata dedicata a percorsi formativi "obbligatori" su tematiche normative specifiche quali la privacy, l'anti-riciclaggio, Basilea II, il



Milano. Lezione presso il Centro di Formazione Professionale di via Feltre, accreditato dalla Regione Lombardia

settore banca-assicurazione, al cui riguardo è iniziato un cammino che verrà proseguito anche per tutto il 2007 con interventi in aula tenuti da consulenti esterni e esperti di contenuto interni, unitamente

a fruizioni di corsi in auto-apprendimento. In particolare corsi di formazione riguardanti la tematica anti-riciclaggio hanno interessato oltre l'11% del personale della rete commerciale.

Sono proseguite anche nel corso del 2006 le attività di formazione in ambiente

Web, in stretta coerenza con la vocazione del Gruppo all'innovazione continua di processi, tecnologie e soluzioni applicative, mantenendo la formula dei tutor interni di filiale. E' stata realizzata inoltre una specifica sezione del portale della formazione dedicata al catalogo formativo, a disposizione di tutti i collaboratori.

Rimangono pressoché costanti le percentuali di utilizzo dei differenti canali formativi, consolidando lo sviluppo del training



Stabile di via Feltre

professionale interno rispetto a quello esterno. Gli interventi che a vario titolo sfruttano il portale di formazione a distanza sono pari in numero a circa un quinto del totale. Oltre alla formazione a distanza propriamente detta, è stato intensificato l'uso dell'aula virtuale e di forme miste.

### MODALITA' DI EROGAZIONE

	2006	2005	2004
Aula tradizionale (corsi interni)	57%	69%	69%
Aula tradizionale (corsi esterni)	16%	12%	15%
Formazione a distanza (aula virtuale, corsi on-line e mista)	27%	19%	16%

La suddivisione per area erogata conferma la forte concentrazione su argomenti "tradizionali" (finanza, crediti e commerciale), con enfasi in crescita sugli aspetti di natura comportamentale e normativa, alla luce del peso sempre maggiore delle rispettive capacità/competenze richieste nell'esercizio dell'attività bancaria.

La razionalizzazione del percorso per i neo-assunti, con il contestuale impiego di



Un momento di formazione

nuove soluzioni didattiche, ha consentito la riduzione del numero di ore di formazione, a fronte di un'offerta migliorata in termini qualitativi. E' cresciuta significativamente la formazione specialistica (corsi tecnici e/o a catalogo erogati da società esterne) in conseguenza di una migliore definizione dei fabbisogni formativi legati alle caratteristiche peculiari del ruolo ricoperto, evitando sempre più la natura di addestramento "a pioggia" ed indifferenziato nei confronti di tutti i dipendenti del Gruppo.

L'erogazione dei corsi è risultata equamente distribuita fra le aree professionali e costante in termini quantitativi rispetto agli scorsi anni. In percentuale è aumentata in particolare la formazione erogata ai Quadri Direttivi.

AREA TEMATICA	ORE	2006	2005	2004
Amministrazione e contabilità	843	1,0%	1,7%	4,8%
Commerciale	13.855	15,9%	2,4%	5,9%
Comportamentale	11.427	13,1%	11,5%	10,4%
Crediti	6.718	7,7%	11,7%	10,1%
Estero	825	0,9%	2,5%	2,8%
Finanza	22.448	25,8%	18,5%	18,5%
Immobiliare	432	0,5%	0,1%	0,1%
Informatica	1.037	1,2%	3,4%	1,5%
Informativa PattiChiari	1.485	1,7%	1,8%	2,3%
Linguistica	1.004	1,2%	6,2%	1,9%
Manageriale	4.215	4,8%	8,0%	7,1%
Marketing	832	1,0%	3,8%	4,2%
Normativa	7.259	8,3%	7,1%	8,3%
Risorse Umane	2.064	2,4%	2,6%	1,1%
Sistemi di pagamento	2.262	2,6%	3,0%	2,9%
Sportello	5.020	5,8%	4,6%	6,5%
Altro	5.415	6,2%	10,9%	11,2%
<b>Totale</b>	<b>87.141</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

LIVELLO CORSI	2006	2005	2004
Base	13%	8%	11%
Neo-assunti	22%	34%	35%
Avanzato	8%	10%	12%
Specialistico	57%	48%	42%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### FORMAZIONE PER AREE PROFESSIONALI

AREA PROFESSIONALE	2006		2005		2004	
	formazione	popolazione	formazione	popolazione	formazione	popolazione
Aree Professionali	64,3%	67,2%	71,3%	68,3%	66,7%	68,2%
Dirigente	2,1%	1,5%	2,5%	1,4%	3%	1,4%
Quadro Direttivo	33,6%	31,3%	26,2%	30,3%	30,3%	30,4%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## Politiche del lavoro e relazioni sindacali

Il Servizio Lavoro e Relazioni Sindacali di Deltas ha continuato a svolgere nei confronti di tutte le società del Gruppo la propria funzione di consulenza giuslavoristica e di gestione degli aspetti relativi agli ambiti disciplinari e del contenzioso del lavoro. Le parti sociali hanno vissuto nel corso del 2006 numerosi momenti di confronto con riferimento in particolare all'avvio della procedura di rinnovo del Contratto Integrativo Aziendale, che ha consentito la formulazione di una normativa aziendale organica per le nuove società entrate nel perimetro di riferimento del Gruppo e per quelle per cui ancora sussistevano differenziazioni di trattamento economico-normativo in conseguenza di precedenti processi di aggregazione.

Parallelamente alla fase di preventiva verifica di conformità delle piattaforme sindacali per il Contratto Integrativo Aziendale con i dettami del Contratto Collettivo Nazionale, necessaria all'avvio della negoziazione vera e propria, le parti hanno vissuto un

impegnativo confronto che ha portato alla condivisione di accordi aziendali "a stralcio" sul premio aziendale relativo all'esercizio 2005.

Sono stati conclusi accordi collettivi aventi a oggetto l'incremento della contribuzione aziendale al Fondo Pensione per i dipendenti di tutte le società, in linea con la prospettiva di consolidamento e valorizzazione del cosiddetto "secondo pilastro" del sistema previdenziale. Sempre con riferimento al Fondo è stato definito un accordo con le Organizzazioni Sindacali avente a oggetto le modifiche al regolamento elettorale al fine di riflettere al meglio all'interno dell'assemblea dei delegati il principio di rappresentatività delle società aderenti.

Numerose occasioni di confronto con le Rappresentanze dei Sindacati hanno riguardato il tema della formazione, anche a fronte della maggiore importanza acquisita in materia dalle parti sociali a seguito dell'istituzione dei vari Fondi interprofessionali; si sono sottoscritti conseguentemente accordi volti a ottenere finanziamenti di specifici programmi di training professionale rivolti a tutte le aree.



La complessa operazione connessa alla costituzione di Creset e al suo ingresso nel Gruppo è stata gestita, sotto il profilo giuslavoristico e nelle sue varie fasi, con il pieno coinvolgimento delle organizzazioni sindacali nazionali e aziendali del settore esattoriale.

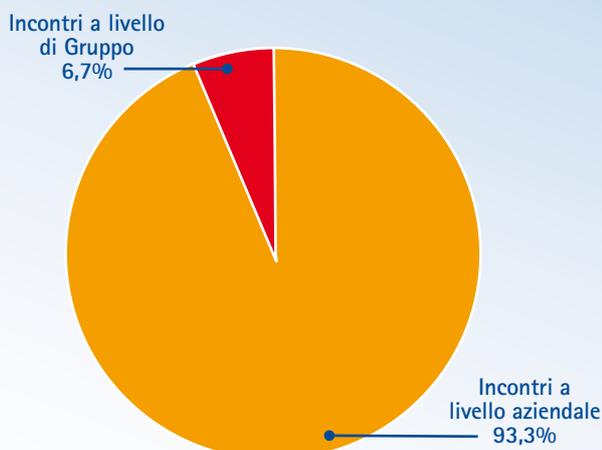
L'attività sindacale svolta trova evidenza nei numeri che seguono da cui emergono in particolare le seguenti tendenze, su base annuale:

- gli incontri sindacali sono risultati in crescita del 20%;
- il numero delle assemblee sindacali evidenzia un calo rilevante – sul dato del 2005 aveva inciso sensibilmente la stipula del Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro;
- non sono stati effettuati scioperi.

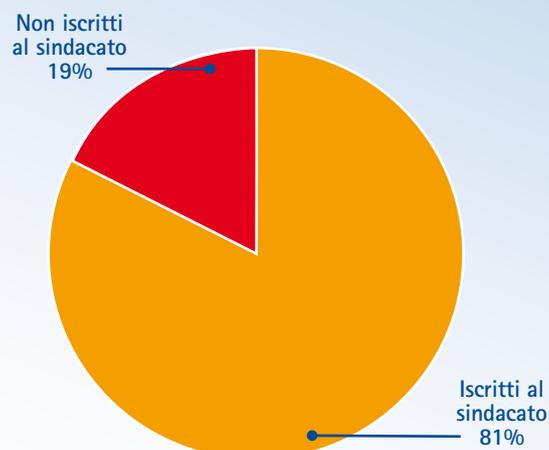


ATTIVITA' SINDACALE	2006	2005	2004
Incontri sindacali	90 gg.	75 gg.	68 gg.
Assemblee sindacali	706 h	3.769 h	1.435 h
Conflittualità sindacale: scioperi	0	1.081 h	25.652 h

## INCONTRI SINDACALI



## TASSO DI SINDACALIZZAZIONE



La grande maggioranza degli incontri sindacali ha riguardato il livello aziendale (93,3%, +30,6% nei confronti dell'anno precedente).

Il tasso di sindacalizzazione dei dipendenti del Gruppo è risultato pari all'81%, in linea con il dato relativo al 2005.

## CONTENZIOSI IN MATERIA DI LAVORO (al 31/12/2006)

Numero Contenziosi  
Aperti nell'anno  
Chiusi nell'anno

Totali\*

36

8

4

\* I contenziosi in essere sono tutti di natura individuale

## Politiche di welfare

I dipendenti del Gruppo possono contare su forme diversificate di previdenza complementare finalizzate ad integrare le spettanze derivanti dalle forme di pensione pubblica.

Detti trattamenti a capitalizzazione individuale sono attuati, in alternativa, sia tramite il Fondo Pensione per i collaboratori operante dal 1° gennaio 2002, sia mediante l'adesione ad apposito Fondo Previbank. I contributi versati, sia dai dipendenti sia dalle banche e società appartenenti al Gruppo, sono ammontati nel 2006 a 12,9 milioni di euro.

Per rispondere al meglio alle esigenze di tutela della salute, tutto il personale del Gruppo ed il relativo nucleo familiare possono contare su forme di assistenza sanitaria integrativa attuate tramite Fondi sanitari fondati sul

principio mutualistico e mediante polizze "ad hoc". L'adesione agli strumenti di assistenza sanitaria integrativa è volontaria e gli iscritti ai Fondi sanitari possono beneficiare di rimborsi per il concorso alle spese sostenute nei seguenti casi:

- visite mediche specialistiche;
- degenze ospedaliere;
- ricoveri e interventi in cliniche;
- interventi odontoiatrici;
- analisi;
- check-up.

Nel 2006 l'apporto finanziario congiunto del Gruppo e degli iscritti è risultato pari a 4,2 milioni di euro.

Esistono altresì previsioni normative relative a infortuni professionali ed extra-professionali.



## Comunicazione interna

Strumento primario di comunicazione all'interno del Gruppo – rilevante in termini di condivisione di valori e obiettivi – è la rete Intranet aziendale, canale telematico interno che favorisce la condivisione della conoscenza tra i dipendenti. Nel corso del 2006 ne è stata realizzata una riconfigurazione, con impatto non solo a livello grafico ma anche in termini di accessibilità e fruibilità. Il rilascio della nuova *release* consente una nuova articolazione dei contenuti, graficamente strutturati in tre diverse sezioni.

La parte di sinistra comprende:

- l'accesso alle pratiche elettroniche;
- i lineamenti del Piano strategico in vigore;
- il dettaglio della normativa aziendale (fascicoli regolamentari, circolari, ordini di servizio);
- il portale della formazione, con la

possibilità di fruire di corsi on-line in autoapprendimento;

- la rassegna stampa quotidiana.

Completano la sezione i comunicati stampa emessi dal Gruppo e il corso delle quotazioni dei titoli azionari del Credito Valtellinese e del Credito Artigiano. Il collegamento denominato "scrivi alla redazione", infine, invita gli utenti ad essere parte attiva nell'arricchimento dei contenuti del portale inviando proposte, valutazioni e suggerimenti – utili riscontri che consentono un continuo miglioramento del servizio.

La parte centrale, aggiornata con continuità, riporta le ultime novità, i temi in primo piano e quattro sezioni dedicate rispettivamente a:

- attività commerciale;

- Risorse Umane;
- organizzazione dei processi;
- Fondazione.

La sezione di destra propone l'accesso al sito Internet [www.creval.it](http://www.creval.it) e il collegamento al portale di commercio elettronico @pertacity, cui si aggiungono le parti relative a Pleiadi, Crevalcir e la vetrina dedicata alle attività promosse sul territorio dalla Fondazione Gruppo Credito Valtellinese.

A livello di comunicazione interna, la trasparenza dei messaggi istituzionali e la chiarezza delle strategie sono favoriti da momenti di incontro, quali le convention periodiche del Personale, che stimolano il dialogo, lo scambio di esperienze e lo spirito di appartenenza.

## Crevalcir

Il Crevalcir – Circolo Ricreativo Gruppo Credito Valtellinese – è un centro di vita associativa a carattere volontario senza fine di lucro; promuove attività ricreative, culturali, sportive e aggregative per il soddisfacimento degli interessi degli associati – dipendenti e pensionati del Gruppo Credito Valtellinese e loro familiari. Gli iscritti sono a fine 2006 3.290, fra cui 380 pensionati. La struttura organizzativa si basa su una suddivisione in trenta sezioni chiamate a gestire e promuovere iniziative a carattere locale e nazionale.

Il Circolo, che è finanziato da una quota annuale a carico di ciascun dipendente o pensionato che intenda iscriversi e da una contribuzione aziendale da parte delle banche e società del Gruppo, ha rappresentato anche nel 2006 un centro di aggregazione e di socializzazione che si è confermato una realtà importante e

un'occasione di creazione e rafforzamento di valori umani e sociali che si riflettono positivamente anche nella quotidianità dei rapporti di lavoro. Numerose sono state



le manifestazioni, le attività e gli appuntamenti organizzati (complessivamente oltre 150) – particolarmente apprezzate le iniziative di carattere culturale, sociale e turistico oltre ai tradizionali eventi

sportivi, che nel settore interbancario hanno riconfermato il Gruppo ai vertici nazionali. Una rappresentativa ha vinto i Campionati italiani bancari di pesca.

Degni di nota sono risultati in particolare i Meeting, l'iniziativa più importante del Circolo sia per impegno organizzativo che per valenza sociale e numero di presenze (oltre 300 partecipanti

alla sesta edizione tenutasi in Puglia); analogo successo ha riscontrato anche la seconda edizione del Meeting sulla neve alla Marmolada.

Nel corso dell'anno il Crevalcir ha organizzato una serie di visite guidate a musei e mostre e un programma di viaggi che ha riguardato:

- Tripolitania e Pirenaica;
- tour del Canada;
- Cina.



La Puglia ha ospitato il sesto meeting sportivo del Crevalcir. Nella foto: Alberobello (Ba)

# MEDIA

## Media Relations

Nel corso del 2006 il Gruppo, per il tramite del Servizio Corporate Identity, Comunicazione Istituzionale e Stampa di Deltas, ha continuato ad intrattenere relazioni costanti e puntuali con i media locali e nazionali. Il Servizio ha curato direttamente le interviste

**CORRIERE DELLA SERA**

**QUOTIDIANO DI SICILIA**  
dal 1979

**GIORNALE DI BRESCIA**

**Il Sole 24 ORE**

**La Provincia di Sondrio**

pubblicate  
in corso d'anno

a Presidente e Direttore

Generale della banca Capogruppo.

L'invio dei comunicati stampa - indirizzati attraverso mail personalizzate - ha costituito un'occasione strutturata per colloquiare con i giornalisti e per trovare spunti di riflessione volti a promuovere la realtà della presenza delle banche sul territorio.

Le comunicazioni sono state di carattere:

- istituzionale (risultati di bilancio, assemblee, mutamenti di posizione al vertice delle banche e società del Gruppo);
- commerciale (lancio di nuovi prodotti), in

collaborazione con la Direzione Mercato;

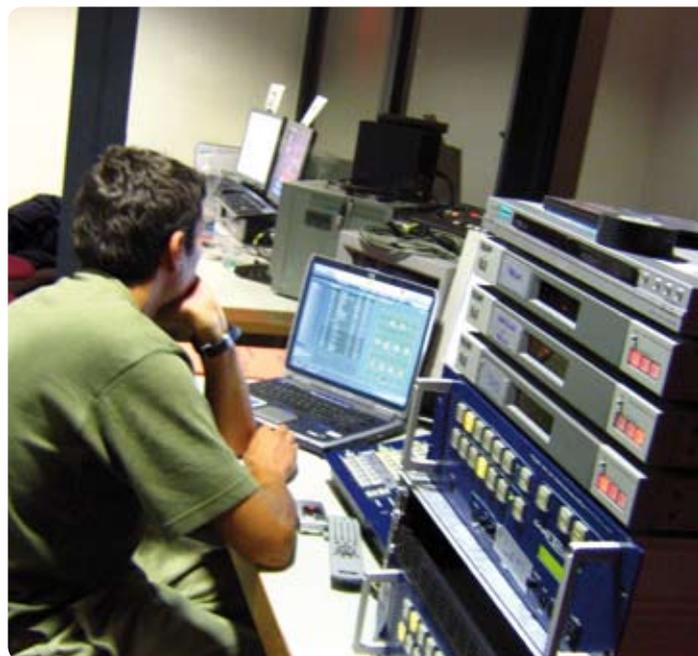
- informativo (iniziative, corsi e mostre d'arte promossi dalla Fondazione Gruppo Credito Valtellinese).

Per consentire a ogni utente di essere informato contestualmente alla comunità giornalistica, i comunicati stampa diramati - 52 nel corso del 2006 - vengono pubblicati in tempo reale sul sito Internet in apposita sezione, che contiene l'intera evidenza diramata dal 1997 ad oggi.

In data 29 marzo, in occasione della presentazione dei risultati di bilancio 2005, è stato organizzato un incontro con la comunità finanziaria - aperto anche ai giornalisti - che ha ottenuto un riscontro importante sulle agenzie di stampa e i quotidiani.

Il Gruppo, caratterizzato da un forte legame con il territorio di appartenenza, si identifica come una realtà locale ("banche a maglie strette") - si spiega così la forte presenza su testate quali La Provincia di Sondrio, Centrovale, il Giorno edizione di Sondrio, La Prealpina, il Giornale di Brescia, La Sicilia, il Quotidiano di Sicilia, che contribuiscono in percentuale vicina all'80% alla copertura sulla stampa delle informazioni diramate. Per meglio pubblicizzare iniziative particolari o momenti

istituzionali di interesse specifico sono effettuati durante l'anno speciali televisivi trasmessi da Teleunica - emittente locale presente sul circuito di Sondrio e Lecco - in cui vengono presentate le iniziative del momento. Nel corso del 2006 sono state prodotte 20 trasmissioni speciali a tema su iniziative varie della Fondazione, oltre all'appuntamento consueto di approfondimento successivo all'Assemblea dei Soci della Capogruppo. I Direttori Generali del Credito Valtellinese e Credito Artigiano sono intervenuti ripetutamente presso gli studi dell'emittente televisiva Class CNBC per commentare i risultati delle banche in occasione della pubblicazione dei dati di bilancio annuali, semestrali e trimestrali; sono stati inoltre spesso invitati in qualità di ospiti del telegiornale economico Report per commentare insieme al conduttore i fatti salienti della giornata. Tutti i riscontri delle testate concernenti il Gruppo vengono giornalmente inseriti nella rassegna stampa presente nella Intranet aziendale e a disposizione di tutti i 3.344 dipendenti del Gruppo.



Uno studio televisivo

## Investimenti pubblicitari

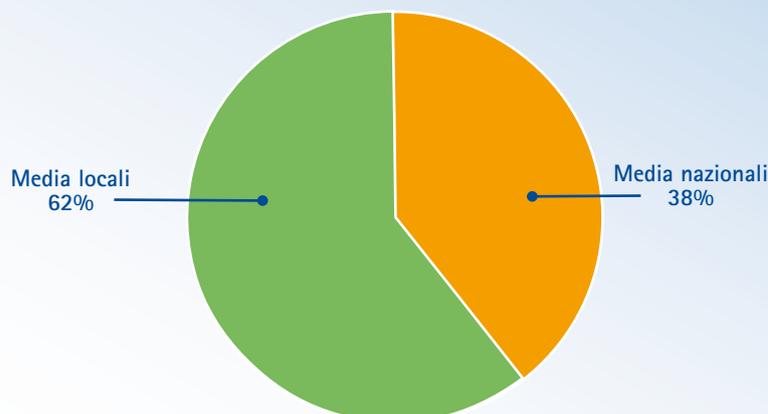
Il Gruppo bancario Credito Valtellinese ha sempre ricercato il dialogo con le comunità sulla base dei propri valori e della caratterizzazione della propria offerta. La comunicazione al riguardo è intrapresa con una serie di investimenti pubblicitari continuativi nel tempo sui media locali e nazionali il cui ammontare si è avvicinato, nel corso del 2006, ai 2 milioni di euro.

L'investimento nei media a livello locale è risultato decisamente superiore (62%) rispetto alla percentuale del 2005 (54%), a testimonianza della particolare attenzione prestata alle aree di insediamento delle banche territoriali, dove il Gruppo comunica sia tramite posizioni fisse in aeroporti, stazioni, sottopassi ferroviari e nei luoghi ove è possibile vantare flussi di utenza importanti, sia mediante il consolidato rapporto con la stampa cui è indirizzato oltre il 53% degli investimenti.

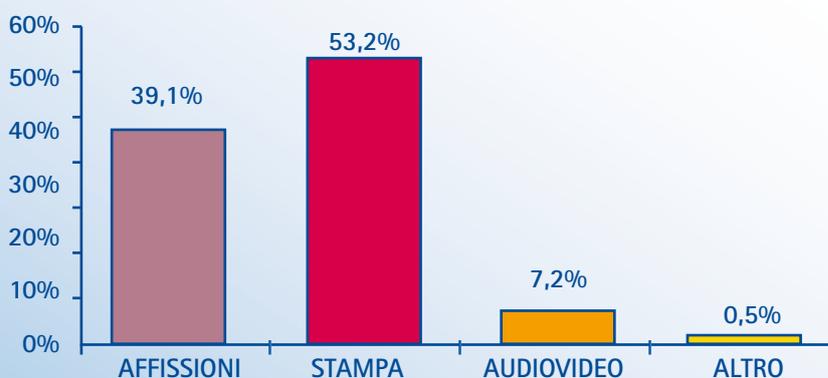
Particolare rilievo, nell'ambito dei mezzi di comunicazione scelti a livello locale, hanno acquisito anche gli audiovisivi tradizionali - televisioni e radio, ove sono privilegiati acquisti di spazi concernenti trasmissioni di informazioni legate all'ambito territoriale o finanziario - e di nuova generazione (new media), particolarmente apprezzati da un'utenza più giovane e tecnologicamente molto evoluta.

Gli investimenti a livello di media nazionali - il 38% del dato complessivo - sono stati principalmente effettuati sul canale televisivo (quasi il 91%), strumento preferito in quanto in grado di raggiungere il pubblico di interesse sia per riaffermare la *brand* del Gruppo e delle banche territoriali, attraverso la trasmissione dello spot istituzionale, sia per annunciare novità di prodotto di particolare interesse come ad esempio MutuoLibero.

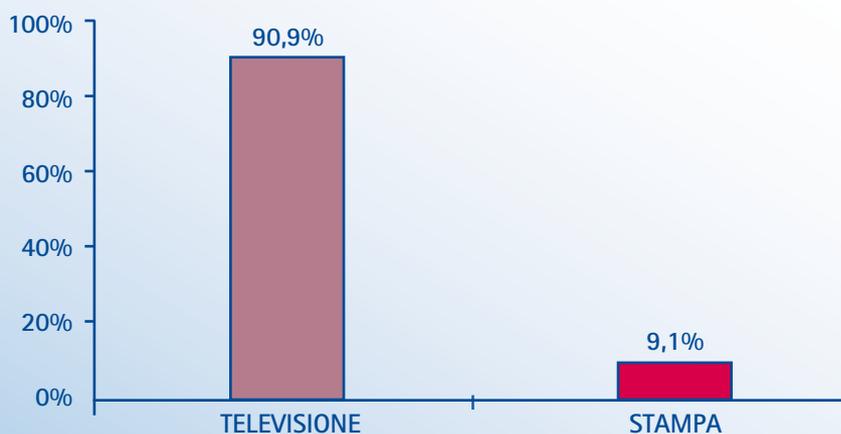
### INVESTIMENTI PUBBLICITARI



### INVESTIMENTI PUBBLICITARI SUI MEDIA LOCALI



### INVESTIMENTI PUBBLICITARI SUI MEDIA NAZIONALI



## FORNITORI



Il Gruppo persegue nei confronti dei propri partner commerciali una politica di collaborazione finalizzata alla ricerca di condizioni ottimali di fornitura di beni e servizi. L'influenza sulle performance aziendali che deriva dalla migliore scelta degli stessi costituisce uno stimolo forte ad ottimizzare le metodologie di ricerca e di comparazione in essere, al fine di

individuare i fornitori più idonei nel tempo.

Dal 1995 è stato istituito un albo specifico in cui è raccolto un insieme di informazioni - di carattere tecnico, economico, commerciale e logistico - riguardanti la tipologia dei beni e servizi forniti e finalizzate a stabilire una "griglia di qualità" del servizio offerto.

I fornitori vengono selezionati in base a criteri qualitativi, di disponibilità, di efficienza ed affidabilità; per quelli già in essere è considerata, nel corso del loro operato, l'osservanza dei principi di trasparenza e correttezza. Il loro lavoro è periodicamente soggetto a

valutazioni basate sui seguenti criteri:

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

La dinamicità del contesto socio-economico all'interno del quale il Gruppo opera indica la necessità di periodiche revisioni del livello dei servizi da richiedere ai propri partner, che avvengono ad opera di funzioni specializzate, presenti all'interno delle società di produzione, in grado di mantenere sotto costante monitoraggio le relazioni in essere.

## Gestione dei Costi

La centralizzazione della gestione dei costi di Gruppo è in capo all'omonima Direzione di Bankadati al fine di ottimizzare la catena dei processi di acquisto definendone adeguati strumenti di amministrazione e controllo. La selezione, la valutazione e la gestione dei fornitori a livello unitario garantiscono la competitività sia in termini di costi che di qualità ed innovazione, assicurando nel contempo un sistema coerente di valutazione delle prestazioni per le varie tipologie di beni e servizi comprati.

Nel corso del 2006 sono state utilizzate con maggiore intensità le nuove metodologie di acquisto sperimentate negli anni precedenti - in particolare le aste on-line che, oltre a assicurare la piena concorrenza tra i fornitori di servizi, rappresentano lo strumento che permette di ottenere la qualità desiderata (attraverso il capitolato dichiarato prima della gara) al miglior prezzo possibile.

La Direzione Gestione Costi di Bankadati ha inoltre provveduto ad introdurre nuove metodologie per il controllo dei consumi

- allo scopo di limitare al massimo gli sprechi sono stati avviati studi di revisione dei processi interni volti ad ottimizzarne il livello in relazione alle effettive necessità dei Servizi del Gruppo.



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

L'importanza sempre maggiore assunta dai processi di approvvigionamento ha spinto il Gruppo ad intensificare la partecipazione a gruppi di lavoro intersocietari di ottimizzazione degli acquisti. Due esempi al riguardo concernono il "Procurement Executive Circle (PEC)" ed il "Consorzio interbancario per la gestione degli acquisti" - in entrambi i casi si tratta di luoghi d'incontro e confronto in cui società

di servizi con esigenze e problematiche comuni si confrontano e riflettono sugli scenari evolutivi del mercato.

Il "Consorzio interbancario per la gestione degli acquisti", istituito dall'Associazione Bancaria Italiana, ha creato 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 aderenti, 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

I rapporti in essere con partner italiani si concentrano principalmente nelle zone di insediamento del Gruppo.

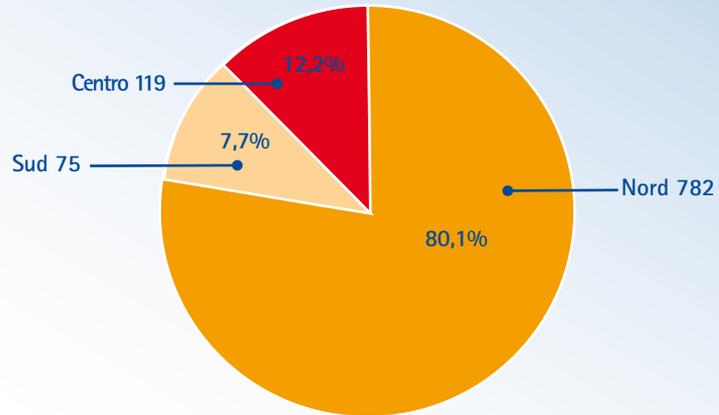
In termini di numero di fornitori:

- oltre l'80% risulta residente in Italia settentrionale;
- poco più del 12% è presente nelle regioni centrali del Paese;
- quasi l'8% esercita la propria attività in Italia meridionale (con una netta predominanza, in quest'ultimo aggregato, di operatori residenti in Sicilia).

Nel corso del 2006 si sono registrati rapporti di collaborazione per un ammontare complessivo di 181,5 milioni di euro, con un incremento del 23,6% rispetto al 2005.

Tali scambi commerciali, considerando i soli fornitori principali (rapporti con il Gruppo per un ammontare superiore a 10.000 euro), hanno riguardato 976 fornitori.

### LOCALIZZAZIONE DEI FORNITORI



Tra i fornitori di servizi il Gruppo annovera anche primarie società straniere produttrici di tecnologia - Microsoft ed IBM in primo luogo - e di informazione

quali ad esempio Standard & Poor's, Bloomberg L.P., New York Stock Exchange Inc, Moody's Investors Service, Reuters e S.W.I.F.T..

## STATO, AUTONOMIE LOCALI E ISTITUZIONI

Il Gruppo svolge la propria attività a favore di Enti pubblici ed Istituzioni sotto forma di gestione dei servizi di tesoreria e cassa e di incassi e pagamenti per conto della Pubblica Amministrazione.

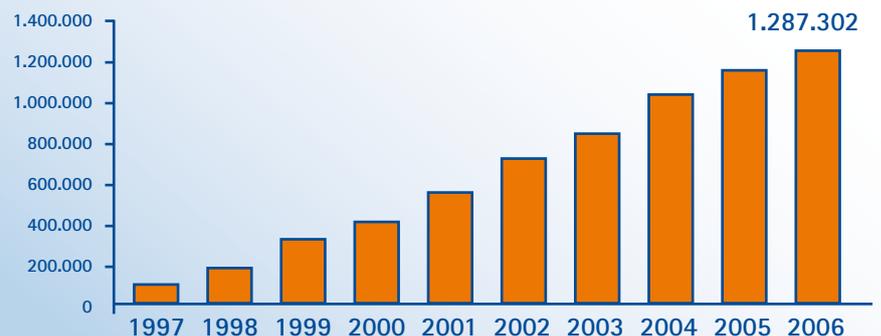
### Servizi di tesoreria e cassa

La Divisione Tesoreria Enti, appartenente alla Direzione Banca Virtuale e Sistemi di Pagamento di Bancaperta, ha svolto nel 2006 il ruolo di unico presidio di Gruppo per la gestione dei servizi di tesoreria. La movimentazione complessiva nel corso dell'anno è stata di oltre 5 milioni di euro per 1.287.302 documenti lavorati tra mandati, reversali e provvisori, con una crescita sul 2005 rispettivamente del 10,3% e dell'8,1%. La gestione dei servizi avviene con l'impiego di strumentazioni avanzate e procedure atte a consentire in tempo reale le operazioni di incasso e pagamento riferite agli Enti da parte di tutte le filiali delle banche.

### TOTALE PAGAMENTI DI RISCOSSIONI (euro)



### NUMERO DOCUMENTI LAVORATI



La gestione informatizzata ha luogo attraverso un pacchetto di servizi innovativi e tecnologicamente evoluti offerto gratuitamente a tutte le Amministrazioni Pubbliche, in grado di sfruttare le potenzialità di Internet e che si caratterizza per modernità, sicurezza e semplicità di utilizzo.

Nel corso del 2006 i flussi di mandati e reversali trasmessi dai 128 Enti che utilizzano tali servizi hanno riguardato 614.463 documenti (+21,8%) per un totale di 3.857.693.607 euro (+37,5%); attraverso il canale on-line sono stati trattati il 59,8% degli ordinativi di incasso e di pagamento emessi.

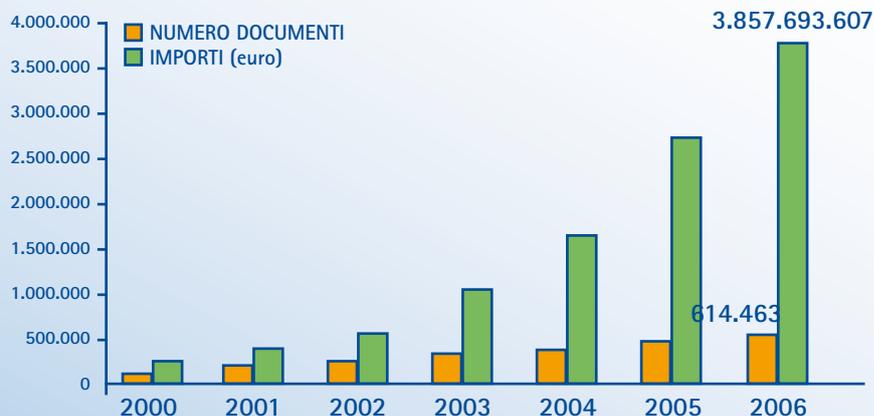
A testimonianza del notevole utilizzo del prodotto le consultazioni eseguite sul portale banc@perta sono risultate oltre 157.000, in crescita del 26,9% - tutti gli utenti titolari di un contratto hanno la possibilità di eseguire via Internet pagamenti a favore degli Enti pubblici.

In virtù dell'opportunità riconosciuta alla Pubblica Amministrazione di sostituire la firma autografa con la firma digitale, nel corso dell'esercizio 2006 è stata resa pienamente operativa la funzione finalizzata alla trasmissione telematica degli ordinativi informatici, che costituiscono la rappresentazione elettronica dei mandati di pagamento e delle reversali d'incasso, sottoscritti ed emessi in sostituzione dei documenti cartacei; nel 2006 ne ha fatto utilizzo il Comune di Sondrio, in attesa di una loro crescente diffusione nel corso dei prossimi anni.

Le attività di incasso e bollettazione relative al servizio acquedotto e utenze varie hanno interessato 47 Enti e 133.763 utenze per un incasso complessivo di oltre 16 milioni di euro.

A decorrere dal 1° gennaio 2006 è diventato obbligatorio il nuovo sistema di rilevazione telematica degli incassi

## FLUSSI TEMATICI



## NUMERO TESORERIE



e dei pagamenti effettuati dai tesoreri (S.I.O.P.E.) per i comuni e le province con popolazione superiore a 20.000 abitanti, coinvolgendo rispettivamente 21 e 2 realtà gestite dalle banche del Gruppo. Il sistema è esteso dal 1° gennaio 2007 ad ulteriori 118 Enti.

L'attività svolta dalla Divisione Tesoreria Enti di Bancaperta ha consentito 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, a testimonianza del forte radicamento territoriale delle reti di vendita; l'azione si è concretizzata nel rinnovo dei servizi prestati a 116 Enti e nell'acquisizione di 46 nuove gestioni; il numero complessivo di Enti per i quali è gestito il servizio di tesoreria e cassa ammonta a fine 2006 a 452 unità (+8,7%).

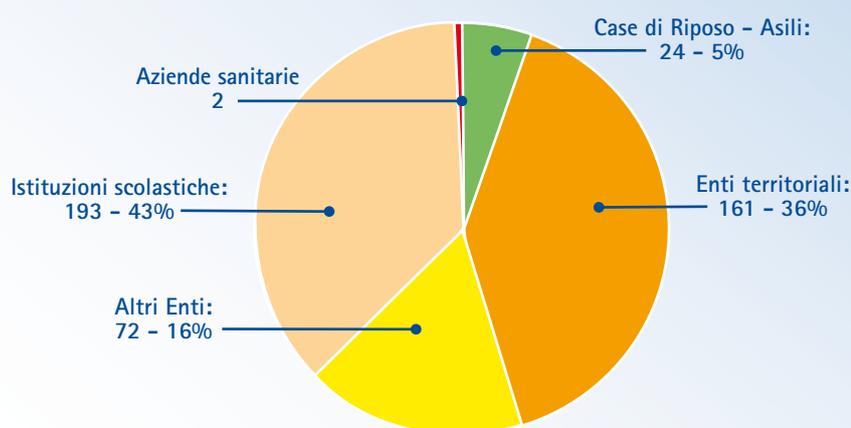
## Servizi di tesoreria e cassa per tipologia di Enti

Dall'analisi dei servizi di tesoreria e di cassa per tipologia di Enti emerge come il 43% di questi sia rappresentato da

istituzioni scolastiche, il 36% da Enti territoriali (comuni, province, comunità montane, consorzi di comuni), mentre

il 21% restante sia di pertinenza di altri Enti (in particolare ex-municipalizzate, associazioni e comitati).

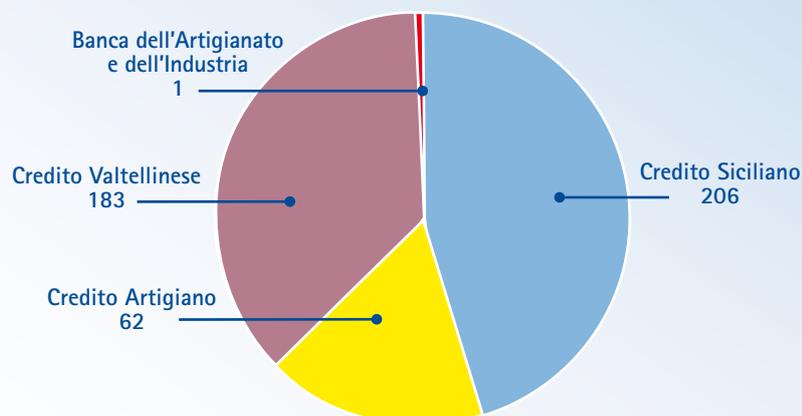
### TIPOLOGIA ENTI



## Servizi di tesoreria e cassa gestiti dalle singole banche

I 452 servizi di tesoreria e cassa complessivamente gestiti dal Gruppo sono così ripartiti tra le singole banche territoriali. Si rileva la quota detenuta dal Credito Siciliano, pari al 45,6% del totale.

### TESORERIE PER BANCA



## Servizio riscossione tributi e contributi

Bancaperta nel corso del 2006 ha rappresentato il presidio normativo, operativo ed organizzativo dell'attività di riscossione dei tributi e contributi svolta dalle banche del Gruppo su base convenzionale (Modello F24, Imposta Comunale sugli Immobili - I.C.I.) o normativa (Modello F23).

L'ammontare complessivo riscosso dalle banche del Gruppo e riversato allo stato e agli altri Enti è stato di oltre 4,5 milioni di euro (+15,5% sul 2005) per più 1,5 milioni di deleghe e bollettini (+19%). L'attività di incasso ha interessato 326.080 contribuenti.

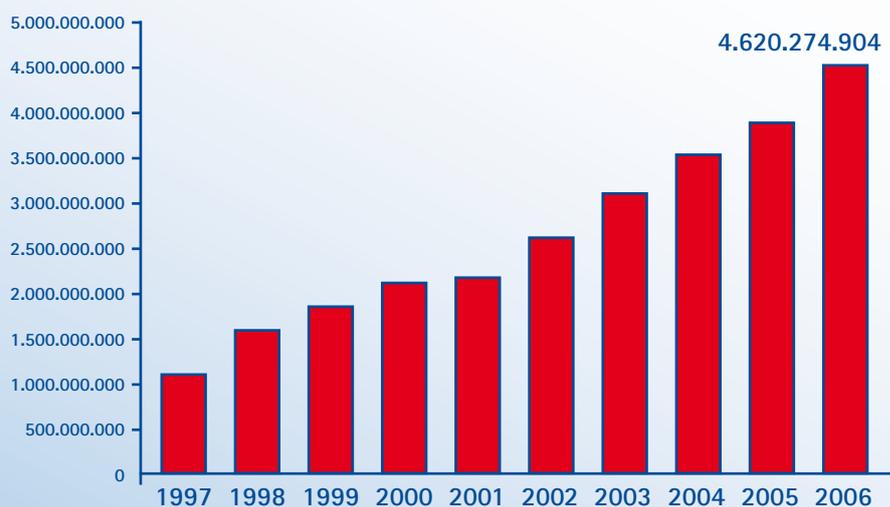
Nel contesto del continuo processo di evoluzione normativa in materia fiscale ed in relazione alla progressiva obbligatorietà estesa a tutti i soggetti titolari di partita IVA di effettuare con modalità telematiche il versamento dei tributi e contributi di cui al modello F24, l'attenzione del Gruppo 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. A tale scopo sono operative in Banc@perta funzioni atte a consentire il pagamento on-line dei tributi e contributi di cui al Modello F24 e dei bollettini RAV e I.C.I.. Tramite Banc@perta nel 2006 sono stati prodotti 212.150 pagamenti (+188,4%).

Allo scopo di rafforzare il legame col territorio su cui le banche operano sono state stipulate convenzioni con i Concessionari della riscossione o con i singoli comuni al fine di offrire il servizio di incasso dell'Imposta Comunale sugli Immobili. Il numero complessivo di comuni per i quali le banche del Gruppo svolgono tale incarico è cresciuto su base annua da 728 a 1.287 (+76,8%).

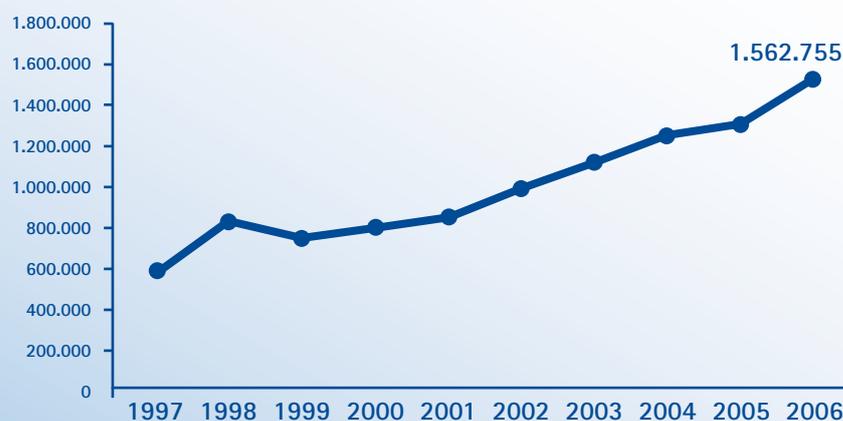
Nel 2006 le 368 filiali del Gruppo hanno inoltre continuato ad offrire ai propri clienti il servizio di ricezione delle dichiarazioni fiscali - le evidenze complessivamente raccolte sono state 22.878.

RISCOSSIONE TRIBUTI E CONTRIBUTI	IMPORTI INCASSATI (euro)	NUMERO DELEGHE
Credito Valtellinese	1.354.473.844	587.391
Credito Artigiano	2.484.210.130	515.698
BAI	107.354.755	35.866
Credito Siciliano	669.805.498	423.039
Bancaperta	4.430.677	761
<b>Totale Gruppo</b>	<b>4.620.274.904</b>	<b>1.562.755</b>

### TRIBUTI E CONTRIBUTI (euro)



### NUMERO DELEGHE INCASSATE



## CRESET – Servizi Territoriali



Sondrio

L'esercizio 2006 è stato caratterizzato dall'entrata in vigore della cosiddetta "Riforma della riscossione" prevista dall'art. 3 della Legge 2 dicembre 2005, n. 248 la quale, a decorrere dal 1° ottobre 2006, ha sancito la soppressione del sistema di affidamento in concessione del servizio nazionale della riscossione a mezzo ruolo ed il suo trasferimento in seno alla Pubblica Amministrazione. A decorrere da tale data, le funzioni in precedenza svolte dal sistema delle aziende concessionarie (tra le quali Rileno) sono state attribuite all'Agenzia delle Entrate, che le esercita tramite la società Riscossione.

Il Gruppo Credito Valtellinese, nell'ambito del processo di riforma, ha ceduto l'intero pacchetto azionario di Rileno alla neo-costituita Riscossione, avvalendosi al contempo dell'opportunità offerta dalla Legge in oggetto che consentiva, fino al momento dell'eventuale cessione, totale o parziale, del capitale sociale delle società concessionarie a Riscossione, di trasferire ad altre società il ramo d'azienda relativo alle attività svolte in regime di concessione per conto degli Enti Locali, nonché a quelle realizzate – fuori dagli ambiti provinciali di competenza – in ragione di aggiudicazione di gare ad evidenza pubblica.

La norma in oggetto disponeva inoltre che – salvo diversa determinazione da parte degli Enti – le attività di cui sopra continuassero ad essere gestite fino a tutto il 31 dicembre 2010 dalle società alle quali il predetto ramo d'azienda fosse stato trasferito. L'esercizio di tale opzione si è pertanto concretizzato in un'operazione di scissione proporzionale parziale della "ex-concessionaria delle Province di Como e Lecco" a favore della società di nuova

costituzione denominata Creset – Servizi Territoriali. Sul finire dell'esercizio ha trovato compimento l'iter giuridico che ne ha consentito la creazione lo scorso 30 settembre.

Il Gruppo Credito Valtellinese, da sempre impegnato nel segmento di mercato "retail" – all'interno del quale si collocano i servizi connessi alla fiscalità locale – ha confermato con questa operazione il proprio interesse a mantenere la presenza in tale specifico settore di attività.

La neo-costituita società ha ottenuto una sostanziale conferma delle convenzioni regolanti le diverse tipologie di servizi, con l'importante rinnovo di quelle riferite ai principali Enti degli ambiti precedentemente gestiti dalla concessionaria uscente (tra cui Como, Lecco, Erba e Cantù).

La situazione in essere è così riassunta:

- 146 convenzioni per la riscossione dell'ICI;
- 174 per la riscossione della TARSU;
- 5 per la riscossione della TIA (tra le quali

una riconducibile ai 18 comuni della provincia di Catania per 340.000 abitanti, facenti parte dell'Ambito Territoriale Ottimale Catania 3);

- 133 commesse sottoscritte da 54 comuni per servizi complementari a quelli di riscossione (in particolare liquidazione ed accertamento) che vengono gestiti in collaborazione con un partner tecnico.

Tra le attività oggetto dell'operazione di scissione è inoltre da segnalare il residuo ruoli che è stato trasferito dalla ex-concessionaria a Creset – Servizi Territoriali.

Nel quadro del progetto di ristrutturazione delle attività del Gruppo Credito Valtellinese nel settore della riscossione tributi, il Consiglio di Amministrazione della Capogruppo nella riunione del 12 dicembre scorso ha approvato la proposta di modifica della struttura organizzativa di Gruppo relativa al trasferimento, con decorrenza 2007, delle funzioni di "tesoreria Enti" da Bancaperta a Creset – Servizi Territoriali.

Con riferimento ai carichi riconducibili ai diversi modelli di esazione ed ai relativi importi le informazioni disponibili, essendo riferite ad un ristretto lasso di tempo, non consentono una rappresentazione esaustiva dell'attività aziendale.



Lecco

## Rapporti con lo Stato

Il Gruppo ha destinato allo Stato, sotto forma di imposizione diretta e indiretta, una quota importante del Valore Aggiunto prodotto dalla propria attività (pari al 24,4% dell'aggregato). Con riferimento all'anno fiscale 2006, sono stati versati

nelle casse dell'erario 36,9 milioni di euro sotto forma di imposizione indiretta, mentre le imposte sul reddito d'esercizio sono ammontate a 69,9 milioni di euro.

## Rapporti con le autorità

I rapporti con l'Autorità Giudiziaria e la Guardia di Finanza sono improntati alla massima collaborazione in un clima di dialogo e reciproco servizio.

I risvolti finanziari dell'attività criminale hanno determinato in corso d'anno 7.808 richieste di indagini civili e penali provenienti dalle diverse autorità, direttamente o in quanto delegate agli organi ausiliari (polizia, carabinieri e guardia di finanza). L'operatività in termini di supporto diretto è svolta dal Servizio legale di Mediocreval

– l'evasione dei compiti connessi al riscontro da fornire ha richiesto la collaborazione nel corso del 2006 di un numero significativo di dipendenti; l'impegno in termini di risorse ha coinvolto anche il personale degli archivi e i dipendenti delle filiali del Gruppo interessate dalle indagini.



Roma. Il Parlamento

## Rapporti con le associazioni e istituti di ricerca

Il Gruppo ha collaborato anche nel corso del 2006 con le seguenti Associazioni e Istituti di Ricerca nel senso indicato:

- Associazione Bancaria Italiana, che rappresenta, tutela e promuove gli interessi comuni degli Associati tramite la partecipazione attiva a dieci commissioni tecniche e relativi gruppi di lavoro. L'occasione costituisce un momento strutturato di confronto con le altre aziende di credito operanti nel sistema, contribuendo alla soluzione di diverse problematiche connesse alle varie aree dell'operatività bancaria;
- società e organismi di categoria (tra cui l'Istituto Centrale delle Banche Popolari Italiane e l'Associazione Nazionale fra le Banche Popolari);
- l'istituto di ricerca Prometeia, che mediante i propri lavori di approfondimento, analisi e consulenza economica e finanziaria mette a disposizione previsioni relative allo scenario bancario italiano e al quadro macroeconomico mondiale, europeo e

italiano, arricchite con approfondimenti specifici;

- il Comitato scientifico del Gruppo Credito Valtellinese, presieduto dal Professor Alberto Quadrio Curzio, composto da autorevoli Professori universitari e impegnato in un programma di attività che nel corso del 2006 ha riguardato:
  - la presentazione di pubblicazioni a carattere locale (con riferimento alle zone di insediamento delle banche del Gruppo);
  - la partecipazione ad attività di studio e progettazione del Polo dell'innovazione della Valtellina;
  - la realizzazione di studi e ricerche inerenti il Progetto centenario del Credito Valtellinese;
  - iniziative in termini di collaborazione e supporto scientifico a favore della banca Capogruppo e di organismi dalla stessa partecipati; rientrano in tale contesto le attività svolte per la Fondazione e per la Società Economica Valtellinese (SEV);

- la Società Economica Valtellinese, associazione economico-culturale con scopi di promozione dell'identità economico-sociale della Provincia di Sondrio;
- la Società Storica Valtellinese, associazione culturale con finalità di ricerca, raccolta e conservazione di documentazione storica concernente la Valtellina;
- la Fondazione Pro Valtellina, che promuove progetti di utilità sociale nei campi dell'assistenza socio-sanitaria e agli anziani, beneficenza, istruzione, cultura, ambiente e tutela del patrimonio storico e artistico;
- Sodalitas, che contribuisce alla coesione sociale favorendo lo sviluppo di risorse e competenze di imprese, istituzioni e organizzazioni no profit e stimolando, attraverso lo sviluppo della cultura della responsabilità sociale, il coinvolgimento delle imprese nel benessere della comunità in cui operano.

# LA COLLETTIVITÀ

## Fondazione

Nel corso del 2006 la Fondazione Gruppo Credito Valtellinese, cui è riservata ai sensi dello Statuto la maggior parte dell'attività a favore della collettività, ha compiuto

nove anni di vita. La mission, evidenziata dall'art. 2 dello Statuto ripreso di seguito, ha trovato applicazione concreta in una serie di interventi suddivisi in tre

categorie principali:

1. attività sociali e benefiche;
2. attività di orientamento e formazione;
3. attività culturali e artistiche.

### STATUTO

#### Articolo 2

La Fondazione non ha scopo di lucro.

Scopo della Fondazione è la promozione ed il sostegno di iniziative finalizzate al progresso culturale, scientifico, sociale, socio-economico e morale del territorio nazionale italiano.

Per realizzare i propri scopi la Fondazione potrà, in particolare:

- contribuire a favore di enti o istituzioni pubbliche o private che senza scopo di lucro assistono anche moralmente persone in condizioni disagiate;
- curare l'organizzazione di mostre ed esposizioni di opere d'arte, di convegni, conferenze, incontri, dibattiti e la realizzazione di pubblicazioni;
- favorire l'istruzione scolastica, universitaria e di studi e ricerca mediante istituzione di borse

di studio e simili iniziative;

- effettuare erogazioni per attività ritenute meritevoli dal Consiglio di Amministrazione e ricadenti negli scopi della Fondazione;
- svolgere attività di solidarietà sociale destinate all'incremento dell'occupazione;
- favorire iniziative di studio, ricerca e formazione finalizzate alla valorizzazione del territorio e delle sue attività;
- promuovere iniziative di carattere etico a favore del terzo settore anche in collaborazione con altre fondazioni ed istituzioni italiane ed estere;
- promuovere la raccolta di fondi in denaro da destinare agli scopi istituzionali;
- mettere a disposizione strumenti e sussidi idonei a favorire l'opera di coloro che si

dedicheranno agli scopi della Fondazione;

- stipulare convenzioni per la realizzazione di specifici progetti.

Ispirandosi alle tradizioni solidaristiche proprie degli Istituti sostenitori, la Fondazione persegue lo scopo della promozione e del sostegno di iniziative finalizzate al progresso culturale, morale, scientifico, sociale e socio-economico prevalentemente nel territorio e per la Comunità ove operano gli Istituti bancari presenti nel Gruppo Credito Valtellinese; la Fondazione potrà altresì partecipare ad altre iniziative che siano in coerenza con i propri fini istituzionali.

La Fondazione potrà inoltre compiere tutte le operazioni mobiliari ed immobiliari utili al raggiungimento dei propri scopi.

### CONTRIBUTI A FAVORE DELLA FONDAZIONE (euro)

	2006	%
Credito Valtellinese	1.030.000	48,7%
Credito Artigiano	800.000	37,8%
Credito Siciliano	50.000	2,4%
Bancaperta	200.000	9,4%
Rileno	10.000	0,5%
<b>TOTALE Gruppo Credito Valtellinese</b>	<b>2.090.000</b>	<b>98,8%</b>
Altri contributi	25.050	1,2%
<b>TOTALE</b>	<b>2.115.050</b>	<b>100%</b>

### SETTORI DI INTERVENTO DELLA FONDAZIONE (euro)

	2006	%
Attività sociali e benefiche	1.115.457	44%
Attività di orientamento e formazione*	353.676	14%
Attività culturali e artistiche**	1.045.221	41,2%
Borse di studio	19.672	0,8%
<b>Gruppo Credito Valtellinese</b>	<b>2.534.026</b>	<b>100%</b>

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

\* Comprendono gli investimenti per Internet Saloon e Policampus, che rientrano nella competenza gestionale della Fondazione ma figurano nel bilancio del Credito Valtellinese (la specificazione è compresa nella tabella "Dettaglio attività orientamento e formazione").

\*\* 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 (la specificazione è compresa nella tabella "Dettaglio attività culturali e artistiche").

# 1. Attività sociali e benefiche

Con le cerimonie di inaugurazione svoltesi a novembre è stato completato il progetto Creval for Sri Lanka che la Fondazione ha realizzato grazie al generoso contributo di Soci, clienti e collaboratori - per l'importo di oltre 160.000 euro - cui si sono aggiunti ulteriori 28.500 euro stanziati direttamente. Due le iniziative:

- il progetto, curato direttamente, per la costruzione a Dickwella del villaggio Valtellina Gama, composto da 20 unità abitative monofamiliari, e di un "Centro Servizi", insieme di strutture sociali e civili (poliambulatorio, asilo, centro della comunità, centro per l'insegnamento e foresteria e centro amministrativo della struttura) utile per la popolazione della zona;
- il contributo alla realizzazione di alcune opere curate dalla Direzione di Sede dell'Università Cattolica di Milano presso il St. Mary's Convent di Matara, centro nei pressi di Dickwella: ristrutturazione della



Sri Lanka. Panoramica del villaggio Valtellina Gama

## Interventi della Fondazione

Nell'ambito dei rapporti istituzionali della Fondazione segnaliamo l'adesione a:

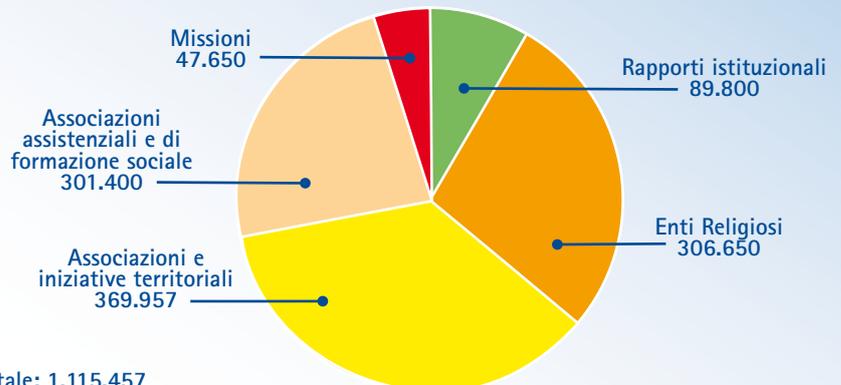
- Sodalitas;
- Assifero (Associazione Italiana Fondazioni ed Enti di Erogazione) che raggruppa soggetti istituzionali (Fondazioni private di erogazione, enti, organizzazioni);
- diverse Fondazioni tra cui Sorella Natura e ProVinea.

Tra i contributi erogati si evidenzia l'impegno nei confronti di Telethon, della SEV, della Fondazione Melazzini, dell'Università Cattolica di Milano e dell'Università degli Studi di Catania.

### GRUPPO CREDITO VALTELLINESE (euro)

	2006
Credito Valtellinese	523.170
Credito Artigiano	494.550
Credito Siciliano	17.725
Bancaperta	4.500
Fondazione	75.512
<b>Totale</b>	<b>1.115.457</b>

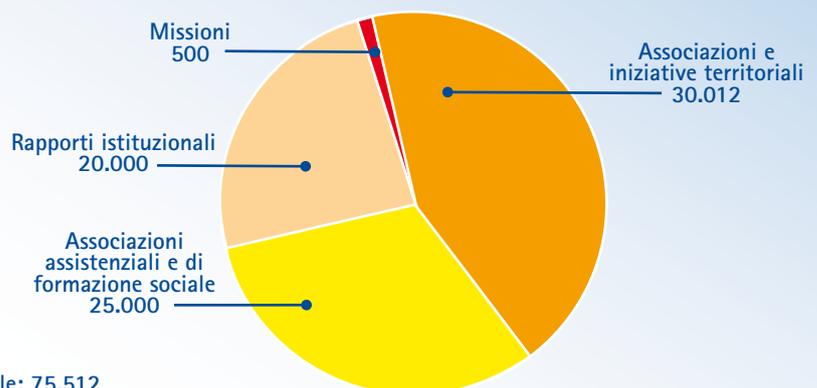
### RIPARTIZIONE PER TIPOLOGIA DELLA BENEFICENZA EROGATA DAL GRUPPO CREDITO VALTELLINESE (euro)



Primary School e creazione di area gioco comprensiva di strutture coperte distrutte dallo tsunami, centro risorse educativo e psicosociale e polo formativo d'eccellenza. L'intervento si collega al progetto di carattere psico-pedagogico per il ripristino dello stato emotivo e relazionale dei minori, realizzato dall'Università Cattolica di Milano con la Regione Lombardia, al cui finanziamento la Fondazione ha contribuito nel 2005.

Sono stati erogati inoltre contributi a favore di enti, associazioni, organizzazioni di volontariato e istituzioni private, di matrice religiosa o laica, che svolgono attività senza fine di lucro di natura socio-assistenziale, socio-sanitaria, culturale, educativa, sociale, ambientale, di religione e di culto o di ricerca scientifica; i contributi mirano a sostenere l'attività complessiva svolta o si riferiscono a specifici progetti ritenuti meritevoli.

### RIPARTIZIONE PER TIPOLOGIA DELLA BENEFICENZA EROGATA DALLA FONDAZIONE (euro)

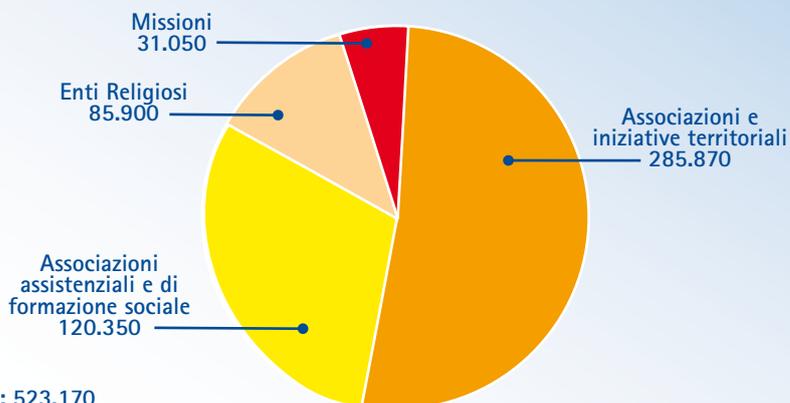


## Interventi segnalati dal Credito Valtellinese

Nell'ambito delle numerose iniziative realizzate con il contributo della Fondazione le più significative hanno riguardato:

- il restauro delle statue marmoree dei Santi Ambrogio e Carlo, in Roma, presentato il 6 maggio con una cerimonia pubblica alla presenza del Primicerio dell'Arciconfraternita dei Santi Ambrogio e Carlo, Monsignore Raffaello Martinelli, e di numerosi clienti e rappresentanti del Credito Artigiano, che ha contribuito all'intervento, di una folta rappresentanza dell'Associazione Famiglia Valtellinese di Roma e dell'architetto Cinzia Sebastiani - curatore dei restauri;
- la pubblicazione del volume "Il corpo racconta", a cura di don Vittorio Chiari, e la manifestazione collegata "25 anni dei Barabba's clowns di Arese" svoltasi il 15 maggio a Sondrio con uno spettacolo rivolto in particolare al mondo della scuola dal titolo "La favola in un sorriso";
- la mostra "300 anni di Fede e di Arte" - Lanzada (So), organizzata dalla Parrocchia dal 5 al 20 agosto nell'ambito delle celebrazioni del terzo centenario della consacrazione della chiesa parrocchiale dedicata a San Giovanni Battista;
- la mostra "Carmelo Cappello. Il corpo e lo Spazio" - Teglio (So), Palazzo Besta organizzata dal 15 luglio all'1 ottobre dal Centro Tellino di Cultura nel decimo anniversario della scomparsa dell'artista;
- la mostra "Mozart: perfezione, libertà, ironia - i tratti di un solo volto" - Sondrio, organizzata dal Centro Culturale e Sociale Don Minzoni, dalla Civica Scuola di Musica e dal Liceo della Comunicazione Pio XII dal 16 al 28 settembre;
- i concerti "C'è ancora musica oggi? La musica come avvenimento" - ciclo di concerti realizzato dall'associazione Arcipelago Musica di Milano presso la Palazzina Liberty, nell'ambito di un progetto avente l'obiettivo di avvicinare il pubblico alla musica utilizzando diversi strumenti di comunicazione;
- il CD musicale "Sinfonia delle valli" di

RIPARTIZIONE PER TIPOLOGIA DELLA BENEFICENZA EROGATA PER CONTO DEL CREDITO VALTELLINESE (euro)



Giorgio Gaslini - Orchestra di Fiati della Valtellina;

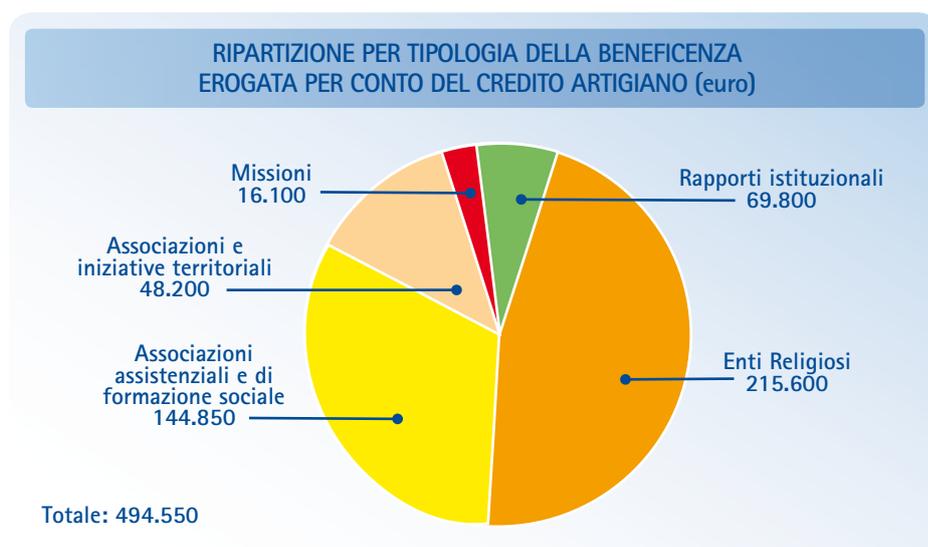
- la 46° stagione concertistica del Circolo Musicale CID a Sondrio dall'8 ottobre 2006 al 16 aprile 2007;
- il 6° Concorso letterario "Renzo Sertoli Salis", la cui prima edizione risale al 1992, che ha acquisito nello scenario dei concorsi letterari di poesia un posto di rilievo e una significatività sia per la levatura dei membri della giuria che per la ricaduta sul mondo della scuola con gli incontri tra poeti e studenti;
- la pubblicazione e presentazione a Sondrio del volume "Un'ora d'oro della letteratura italiana in Svizzera" di Andrea Paganini - uno studio critico approfondito dell'iniziativa editoriale del sacerdote poschiavino don Menghini che ha coinvolto autori italiani tra cui Giancarlo Vigorelli e Piero Chiara;
- la ristampa anastatica dei lavori di Balilla Pinchetti "La vita di Francesco Saverio Quadrio (1695-1756)" e "Ricerche sulle opere letterarie di F. S. Quadrio" con saggio introduttivo di Luisa Ricaldone, nell'ambito delle celebrazioni del 250° anniversario della morte dell'insigne storico;
- la mostra "Alle fonti dell'energia. Dalla natura risorse per il cammino dell'uomo" - 6-25 novembre, presso la sede della Provincia di Sondrio, promossa dall'Istituto Scolastico Pio XII;

- le Voci del Masegra - 8° rassegna corale, - 11 novembre, Sondrio, nell'ambito di una serata organizzata dal Coro Desdacia Tellini Sondrio con la partecipazione della corale Sette Torri di Settimo Torinese (TO) - inserita anche nelle celebrazioni di Teresina Tua Quadrio;
- il CD e volume del Coro "Monti Verdi" di Tirano (So), realizzato in occasione del 40° anniversario di fondazione;
- il convegno istituzionale "Nel segno di Vanoni. A 50 anni dalla morte" - 9 dicembre, Morbegno (So), nell'ambito delle iniziative che il Comune ha inteso organizzare nel cinquantenario della scomparsa del ministro del bilancio del periodo 1954-1956;
- il completamento e potenziamento del campo mobile dell'Associazione Nazionale Alpini, nell'ambito delle attività di protezione civile svolte dalla sezione provinciale dell'ANA;
- la presentazione del volume "Palazzi e giardini Salis a Soglio e Chiavenna" di Letizia Scherini e Diego Giovanoli, in Sondrio che costituisce il risultato di una lunga ricerca e di un complesso intreccio di competenza e di lavoro su diversi temi riguardanti l'illustre casata;
- erogazioni varie ad associazioni quali Aias, Lavops, Caritas, Croce Rossa, Associazione Banco Alimentare della Lombardia, ai missionari e a numerose parrocchie.

## Interventi segnalati dal Credito Artigiano

Nell'ambito dei contributi proposti dal Credito Artigiano si evidenziano tra gli altri le seguenti iniziative:

- 57<sup>a</sup> settimana liturgica nazionale, tenutasi a Varese dal 21 al 25 agosto, che ha coinvolto oltre un migliaio di persone provenienti da tutta Italia;
- acquisto ed invio in Perù di un organo per una chiesa nel Chapas tramite l'Associazione Don Bosco;
- contributo alla Fondazione per la Formazione Oncologica per l'attività di sostegno e sviluppo di progetti nell'ambito della ricerca sui tumori - in particolare per il carcinoma mammario;
- contributo alla Provincia Veneta Compagnia di Gesù a sostegno delle molteplici iniziative, tra le quali le attività del Centro Culturale San Fedele e l'assistenza ai malati poveri;
- sostegno al convegno internazionale "Il pensiero politico italiano dal Risorgimento alla Repubblica", organizzato dall'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano - Servizio Formazione Permanente;
- sostegno al Vicariato di Roma per le opere della Caritas e della Pastorale Giovanile;



- supporto all'Associazione Nazionale per la Difesa della Fanciullezza Abbandonata;
- contributo alla stampa e divulgazione del libro di Giorgio Torelli "Marcello Candia che straordinaria persona", realizzato dall'omonima Fondazione;
- costituzione di cinque borse di studio per studenti del primo anno del Corso di Laurea Specialistica in filosofia della mente, della persona, della città presso l'Università Vita e Salute San Raffaele;
- sostegno delle numerose attività socio-

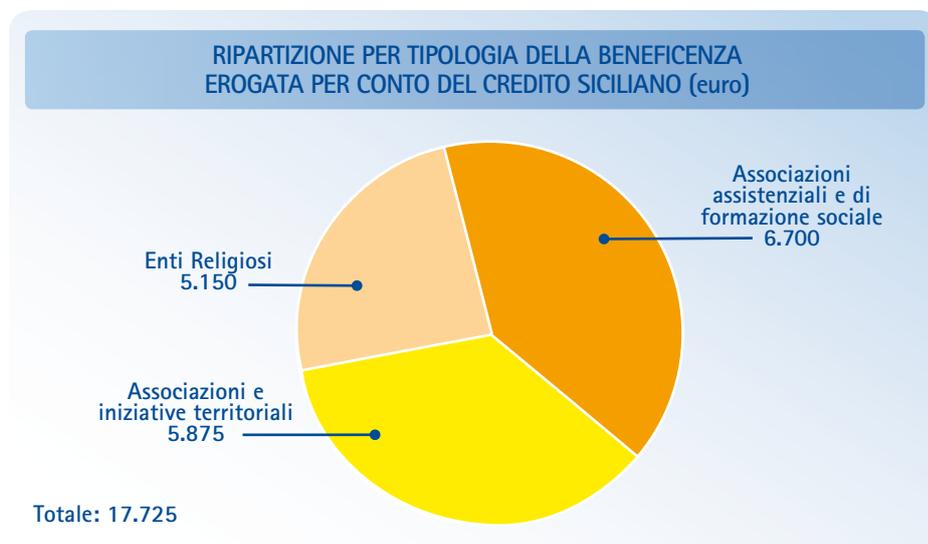
culturali della Fondazione Giuseppe Lazzati, della Biblioteca Ambrosiana di Milano e della Facoltà di Teologia dell'Italia Settentrionale;

- erogazioni varie ad associazioni quali Vidas, Lega italiana lotta contro i tumori, Medici senza frontiere, Caritas Ambrosiana, Centro Italiano Femminile, Centro Sociale Ambrosiano, Croce Rossa, A.l.a.tha, Croce Bianca, Avis, Comunità San Patrignano e numerose parrocchie.

## Interventi segnalati dal Credito Siciliano

Tra le iniziative più significative proposte dal Credito Siciliano ricordiamo le seguenti:

- manifestazione teatrale di grande valenza artistica promossa dalla Facoltà di Agraria dell'Università di Catania;
- corso di informatica per non vedenti, con il Rotary Club Palermo, finalizzato ad un più facile inserimento nel mondo del lavoro;
- sostegno alla realizzazione di un campionato regionale di atletica leggera per disabili promosso dal Rotary Giarre Riviera Jonico-Etna;
- contributo per la ristrutturazione dell'impianto elettrico della Cappella del Divino Amore nella Basilica Collegiata Santi Apostoli Pietro e Paolo in Acireale (Ct);



- contributo per la realizzazione del Premio di Laurea "Don Luigi Sturzo"

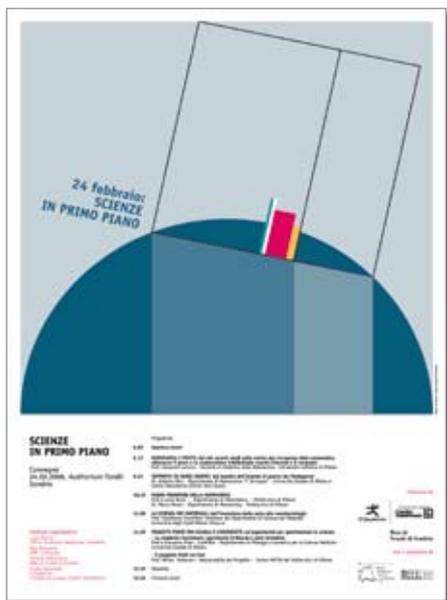
dell'istituto di Sociologia Luigi Sturzo di Caltagirone (Ct).

## 2. Attività di orientamento e formazione

In questo settore la Fondazione Gruppo Credito Valtellinese ha proseguito l'attività di sostegno allo sviluppo e alla crescita delle risorse umane del territorio, potenziando e consolidando le attività di orientamento e di formazione.

Tramite il Centro di Orientamento "Il Quadrivio" sono state proposte a Sondrio iniziative diversificate e innovative di sostegno alla definizione di un percorso di studi e alla scelta di una professione. In particolare, in linea con il Progetto Nazionale "Lauree Scientifiche", promosso dal Ministero della Pubblica Istruzione per il rilancio dello studio delle discipline scientifiche, necessario per assicurare lo sviluppo tecnologico del Paese, sono stati realizzati:

- il convegno "Scienze in primo piano" (24 febbraio), in collaborazione con la Rete di Scuole di Sondrio, dedicato agli studenti delle ultime classi delle scuole secondarie di secondo grado della Provincia di Sondrio, allo scopo di sollecitare l'interesse



e le vocazioni scientifiche dei giovani e di presentare loro realistiche prospettive di un percorso professionale. Qualificati docenti universitari hanno spiegato, con una metodologia espositiva accattivante e ricca di esempi pratici, il

ruolo fondamentale delle discipline scientifiche nella quotidianità e nei processi di innovazione. Sono quindi stati presentati esempi di "progetti ponte", occasione di raccordo tra scuola e università, utili per un approccio orientativo alle facoltà scientifiche e attualmente in fase di concretizzazione presso alcuni istituti scolastici di Sondrio;

- Matestate 2006 (28 agosto - 1 settembre), scuola estiva residenziale per quaranta docenti di matematica degli istituti di secondo grado della Lombardia, promossa dall'Ufficio Scolastico Regionale per la Lombardia, in collaborazione con il CSA di Sondrio oltre che con la Fondazione Gruppo Credito Valtellinese a Tresivio (So) presso il Centro di Formazione del Credito Valtellinese e a Chiesa Valmalenco (So). Si è trattato di un'attività di ricerca per affrontare l'analisi dei profili di competenza matematica degli studenti e condividere con le università un comune quadro di riferimento al riguardo;
- il corso "Aspettando i test" - terza edizione, organizzato in collaborazione con la Cooperativa Nicolò Rusca per preparare i giovani diplomati ad affrontare i test di ingresso delle facoltà scientifiche quali medicina, veterinaria, professioni sanitarie, ingegneria;
- lo spettacolo teatrale "QED - un giorno nella vita di Richard Feynman" (6



dicembre), di Peter Parnell, presentato in Italia in occasione del Festival della Scienza a Genova e poi riproposto a Firenze e a Milano al Piccolo Teatro grazie al supporto di diverse istituzioni tra cui Assolombarda, l'Università di Milano, l'Ufficio Regionale Scolastico della Lombardia e, quindi, a Sondrio per iniziativa de "Il Quadrivio". Allo spettacolo di Sondrio hanno partecipato circa trecento studenti delle ultime classi degli Istituti Superiori di secondo grado che hanno avuto l'occasione di conoscere, attraverso

una modalità coinvolgente e versatile, il genio affascinante e irriverente di Feynman - premio Nobel nel 1965 per l'attività sull'elettrodinamica quantistica - e il suo particolare approccio all'indagine scientifica.

Tra le iniziative del 2006 particolare rilievo merita "Get Ready", realizzata in collaborazione con la Cooperativa Nicolò Rusca e pensata come campus estivo ludico-didattico per i ragazzi che hanno concluso le scuole medie. Grazie a una modalità didattica originale si è inteso fornire ai giovani motivazione allo studio e metodo di lavoro necessari per affrontare serenamente e con sicurezza il primo anno della scuola superiore di secondo grado. Tra le iniziative istituzionali

### DETTAGLIO ATTIVITÀ ORIENTAMENTO E FORMAZIONE (euro)

	2006
Credito Valtellinese	92.460
Fondazione Gruppo Credito Valtellinese	261.216
<b>Totale</b>	<b>353.676</b>

si ricorda il progetto Cometa, che "il Quadrivio" realizza in collaborazione con l'Amministrazione Provinciale di Sondrio e con l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. La proposta della terza edizione alle scuole medie della provincia di Sondrio ha visto la totale adesione degli Istituti Scolastici per circa 1700 alunni. Il progetto è stato inserito nel libro d'oro 2006 di Sodalitas Social Awards in quanto riconosciuto "di elevata responsabilità sociale" nella categoria Programma di Partnership con altre istituzioni del territorio ed è inoltre stato segnalato dall'Ufficio Regionale Scolastico della Lombardia



al Miur (Ministero dell'Università e della Ricerca) che l'ha identificato come "buona pratica" tra tutti quelli presentati in Lombardia.

L'attività di orientamento di Cometa, che coinvolge alunni, insegnanti e famiglie in un percorso formativo articolato e completo, si è confermata come concreto supporto alla definizione di una scelta consapevole e adeguata alle caratteristiche personali del singolo studente.

Per gli studenti delle scuole superiori sono stati attivati, in collaborazione con la Rete di Scuole, i progetti Teseo e Argo. Teseo - alla seconda edizione

- si concretizza in una serie di incontri con docenti universitari che ha permesso ai maturandi di conoscere i contenuti delle principali facoltà universitarie e di rilevare informazioni mirate e utili alla definizione della scelta. Il progetto ARGO è indirizzato agli studenti delle quarte classi che sono stati accompagnati, tramite incontri formativi, questionari psico-attitudinali ed esercitazioni, ad 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.

Infine si ricorda la partecipazione de "il Quadrivio" al Salone dell'Orientamento Università e Lavoro a Morbegno (So) nei giorni 23 e 24 novembre 2006 e al Salone dell'Orientamento scolastico e professionale ad Acireale (Ct) dal 29 novembre al 2 dicembre 2006.

In entrambe le occasioni si sono registrate presenze più assidue e numerose che in tutti gli altri stand da parte di studenti che hanno avuto l'opportunità di una consulenza diretta con psicologi dell'orientamento e di una sintetica autovalutazione tramite idoneo programma su PC, base per approfondire gli elementi utili alla scelta.

Notevole affluenza continua a registrare il Quadrivio di Acireale (Ct) che nell'anno ha riportato un incremento delle presenze del 25% rispetto all'anno precedente, tra cui molti genitori.

I contatti con gli istituti scolastici sono ritenuti fondamentali per comprendere le esigenze orientative e formative dei giovani allo scopo di offrire un servizio



che sia effettivamente utile e sussidiario; per questo "il Quadrivio" prosegue la sua attività in collaborazione sinergica tra le varie istituzioni, promuovendo giornate di studio ed incontri tra operatori ed insegnanti che consentono la diffusione di una cultura e di un metodo comune dell'orientamento. Testimonianza di questo stile operativo è la pubblicazione del secondo numero de "i temi" - "Il processo di orientamento nell'educazione scolastica", che propone alcuni esempi di progetti orientativi elaborati ed attuati da alcuni insegnanti nelle proprie realtà scolastiche allo scopo di stimolare confronti di esperienze,



condivisione, spunti di miglioramento e la realizzazione di pratiche orientative.

L'attività di orientamento risulta spesso strettamente correlata all'attività di formazione.

In questo ambito si segnalano le seguenti iniziative svolte nel corso dell'anno 2006:

- la prosecuzione del Corso di Laurea a distanza in Scienze della Formazione Primaria: nel 2006 si sono concluse le lezioni della prima edizione e già due studentesse hanno conseguito la laurea con il massimo dei voti. Tale esperienza costituisce un esempio unico in provincia di Sondrio per le modalità attuative e didattiche e rappresenta un possibile modello di formazione universitaria sul territorio;
- il convegno "Identità e aspirazioni dei giovani in provincia di Sondrio - i risultati della ricerca e le rilevazioni nell'attività di orientamento" (30 gennaio) per presentare i risultati definitivi della ricerca "L'identità dei giovani valtellinesi" effettuata con il Centro di Scienze Cognitive e della Comunicazione dell'Università Cattolica nel periodo ottobre 2004 - settembre 2005 su oltre mille ragazzi tra i 13 e i 19 anni e, nella seconda parte, i dati aggregati dell'attività svolta nel Progetto



di orientamento COMETA. L'esposizione degli elementi rilevati ed evidenziati nelle due iniziative ha consentito a tutti gli operatori pubblici e del settore sociale di acquisire interpretazioni e valutazioni di particolare rilevanza, che possono rappresentare anche spunti di riflessione per esplorare la possibilità e le modalità di eventuali interventi a sostegno di una serena crescita dei giovani;

- il corso "Mestieri tradizionali valtellinesi", organizzato in collaborazione con la Fondazione Fojanini e con l'Unione Artigiani della provincia di Sondrio, a cui hanno preso parte 90 insegnanti - prevalentemente delle scuole elementari e secondarie di primo grado. Si è trattato di una testimonianza preziosa della tradizione contadina e artigiana valtellinese e dei mestieri "di una volta". I contenuti dell'iniziativa, strutturata in una serie di lezioni teoriche e in una mostra espositiva delle riproduzioni di attrezzi, oggetti e ambienti tradizionali, sono stati riportati in un DVD distribuito ai partecipanti e alle scuole;

- il concorso "Fai conoscere il tuo paesaggio" per dare continuità al tema e agli obiettivi del corso "Conoscere il paesaggio" realizzato nel 2005. Il bando è stato indetto in collaborazione con la Fondazione "L. Bombardieri" e con la SEV e con il patrocinio del CAI Sezione di Sondrio e dell'Ufficio Scolastico territoriale allo scopo di incentivare nelle scuole la realizzazione di attività didattiche volte a valorizzare brani di paesaggio della provincia di Sondrio;

- iniziative di Alta Formazione: a seguito della positiva esperienza del corso di laurea a distanza in "Scienze della Formazione Primaria", si intende proseguire nell'azione sinergica con l'università per promuovere corsi di alto livello (perfezionamento e specializzazione) in videoconferenza abbattendo i costi e i tempi per la frequenza. E' stato proposto in provincia di Sondrio



il corso di perfezionamento "Educazione alla teatralità - la consapevolezza del sé" che si terrà da gennaio a giugno 2007 ed è finalizzato a potenziare capacità didattiche per sviluppare creatività, capacità comunicativa, di relazione, di flessibilità, di attenzione e concentrazione.

L'attività è strutturata in 120 ore di lezioni teoriche (in videoconferenza a Tresivio), 20 ore di tirocinio (in presenza) e 20 ore on-line; la frequenza consente di acquisire un punteggio utile ai fini di graduatorie scolastiche e concorsi professionali;

- l'adesione al 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 allo scopo di progettare e realizzare Formazione Specialistica e Tecnica Superiore (IFTS) in risposta alle esigenze occupazionali e di sviluppo del territorio. La Fondazione è ente partner e contribuisce sia finanziariamente sia con funzione di indirizzo e di monitoraggio dell'intero progetto, ritenuto un modello innovativo

di intervento per la competitività del sistema socio-economico provinciale;

- la supervisione e la consulenza nell'attività di Internet Saloon a Sondrio per conto del Credito Valtellinese che ha rinnovato, visto il successo dell'iniziativa, la convenzione annuale con AIM e Comune di Sondrio e a Milano per conto del Credito Artigiano. 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 a località di interesse culturale e storico.

- l'annuale appuntamento con Telefisco (31 gennaio) giunto alla quindicesima edizione, sul tema "La finanziaria 2006 e le altre novità per imprese e professionisti", in collaborazione con il Sole 24 Ore, in teleconferenza a Sondrio, che come di consueto ha registrato una presenza numerosa di operatori economici e professionisti;

- convegno e mostra "Un modello di Polo tecnologico in Valtellina". La Fondazione ha offerto il proprio contributo all'organizzazione degli eventi promossi dalla Società Economica Valtellinese e dalla Società di Sviluppo Locale con il patrocinio di Regione Lombardia, Provincia di Sondrio, Comune di Sondrio e Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Sondrio svoltisi nel capoluogo valtellinese;

- convegno "Tutela e conservazione delle opere d'arte nelle valli della Provincia di Sondrio", organizzato il 4 aprile in

Sondrio nell'ambito dell'VIII settimana della cultura, promossa dal Ministero per i Beni e le Attività Culturali, dalla Soprintendenza per il Patrimonio Storico, Artistico e Etnoantropologico della Lombardia Occidentale. L'iniziativa, realizzata grazie alla collaborazione tra la Fondazione Gruppo Credito Valtellinese e il Comune di Sondrio – Museo Valtellinese di Storia e Arte, ha visto numerosi relatori affrontare le diverse problematiche connesse alla tematica della tutela, valorizzazione e



conservazione dei beni culturali nel territorio provinciale.

Nell'ambito formativo una nota particolare merita la nuova iniziativa editoriale della Fondazione "i temi", che intende diffondere

tematiche di interesse sociale e culturale anche ai "non addetti ai lavori".

I numeri del 2006 riguardano, in ordine di pubblicazione:

- gli esiti della ricerca sull'identità dei giovani valtellinesi e valchiavennaschi condotta con la collaborazione del Centro Studi di Scienze Cognitive e



della Comunicazione dell'Università Cattolica di Milano, diretto dal

Professor Assunto Quadrio Aristarchi;

- il processo orientativo nell'educazione scolastica, che espone l'esperienza de "il Quadrivio" e una serie di progetti realizzati ed applicati da insegnanti delle scuole secondarie di 1° e 2° grado della provincia di Sondrio;

- la dottrina sociale della Chiesa, l'economia civile e la sfida dell'innovazione.

## Borse di studio e premi

Allo scopo di sostenere e favorire la prosecuzione degli studi da parte dei giovani la Fondazione ha erogato:

- in collaborazione con l'Amministrazione provinciale di Sondrio, 18 borse di studio dell'importo unitario di 550 euro ciascuna a favore di figli di emigrati valtellinesi

all'estero frequentanti scuole superiori e università in Svizzera e in Argentina;

- sei borse di studio a studenti meritevoli figli di associati alla Famiglia Valtellinese di Roma.

E' stato inoltre assegnato il Premio Credito Valtellinese - Arturo Schena edizione

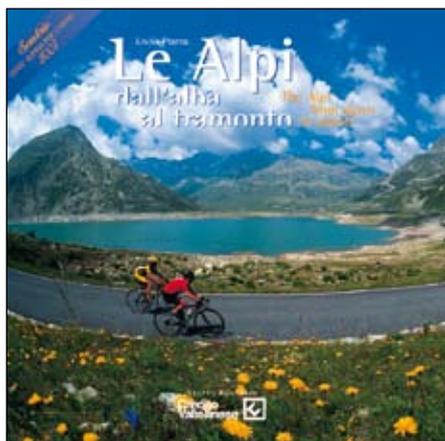
2005 - in occasione dell'Assemblea dei Soci della Capogruppo. Sono risultati vincitori a pari merito due neo-laureati per tesi che hanno contribuito a valorizzare il territorio valtellinese e cinque giovani per tesi in cui hanno dimostrato particolari capacità.

### 3. Attività culturali ed artistiche

Il settore culturale e artistico della Fondazione ha seguito, nel corso del 2006, le iniziative editoriali ed espositive per conto delle banche del Gruppo.

Sono stati pubblicati i volumi strena, curati dalla Fondazione nell'ambito delle proprie collane celebrativa, ambientale ed artistica:

- "20 Gallerie Gruppo Credito Valtellinese 1987-2007 Vent'anni" – Silvana Editoriale per Credito Valtellinese, Credito Artigiano, Credito Siciliano e Fondazione Gruppo Credito Valtellinese – Collana celebrativa; si tratta di un doppio volume che narra la storia delle Gallerie del Gruppo attraverso immagini, testi e progetti di allestimento. Il primo, riccamente illustrato, racchiude una selezione delle mostre più significative realizzate sui tre spazi espositivi, con testi a cura di Roberto Baravalle e Roberto Mutti. Il secondo raccoglie tutte le schede tecnico/descrittive delle mostre realizzate nei vent'anni di attività espositiva. La storia, che nel 1981 porta il Credito Valtellinese ad approvare la proposta del Comune di Milano per la ristrutturazione dell'immobile delle Stelline, dove ha poi trovato sede l'omonima Galleria, prestigioso spazio espositivo che ha definito il ruolo del Gruppo nel quadro



#### DETTAGLIO ATTIVITÀ CULTURALI ED ARTISTICHE (euro)

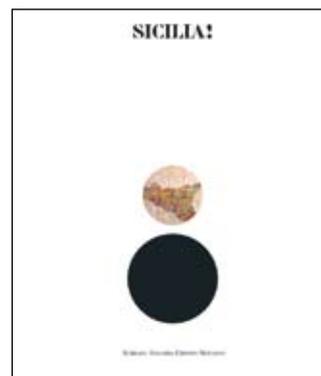
	MOSTRE	VOLUMI	INIZIATIVE SUL TERRITORIO	TOTALE
Credito Valtellinese	-	177.641	98.339	275.980
Credito Artigiano	-	128.763	5.350	134.113
Credito Siciliano	127.414	62.404	14.558	204.376
Deltas	155.004	-	-	155.004
Fondazione	128.452	109.920	37.376	275.748
<b>Totale</b>	<b>410.870</b>	<b>478.728</b>	<b>155.623</b>	<b>1.045.221</b>

degli spazi per l'arte di Milano, risulta particolarmente interessante.

Il 30 novembre scorso si è svolta presso il Refettorio delle Stelline di Milano la presentazione del volume alla presenza dei vertici del Gruppo bancario,



I vertici del Creval presentano il volume del ventennale con Vittorio Sgarbi e Philippe Daverio



dell'assessore alla cultura del comune di Milano Vittorio Sgarbi e dello storico dell'arte Philippe Daverio;

- "Le Alpi dall'Alba al tramonto" – World Images per il Credito Valtellinese – Collana ambientale; l'opera racconta, mediante testi e immagini, un viaggio nelle Alpi attraverso le sue storiche vie di comunicazione, attualmente percorse a scopo turistico soprattutto durante i mesi

estivi. Tale percorso inizia dal porto di Trieste e, attraverso i passi più importanti dell'arco alpino, raggiunge Ventimiglia. Il volume si inserisce nelle celebrazioni di "Sondrio città alpina per il 2007"; al volume è allegato un DVD che illustra i "dietro le quinte" sulla realizzazione del progetto;

- "Sicilia!" – Silvana Editoriale per il Credito Siciliano – Collana artistica; il volume racchiude la storia della mostra tenutasi ad Acireale (Ct) dal 28 luglio al 30 settembre, con testi del curatore Marco Meneguzzo e dello scrittore Fulvio Abbate. E' un'opera tesa a valorizzare l'arte siciliana, con un'articolata ricognizione storica sugli artisti isolani attivi dal secondo dopoguerra ad oggi – quaranta fra i più

rappresentativi di un periodo molto ampio - e punta ad evidenziare la diversità della percezione che della Sicilia essi hanno avuto nell'arco di circa mezzo secolo.

La rassegna non

è soltanto un mero tributo celebrativo dell'attività di insigni artisti siciliani che per alcune generazioni si sono distinti nella loro attività, ma rappresenta soprattutto una preziosa antologia di espressioni, sensibilità e punti di vista anche decisamente contrastanti, e per ciò stesso sinceri, su una parte del mondo tanto affascinante, contraddittoria e complessa;

- "Il Museo Diocesano tra presente e

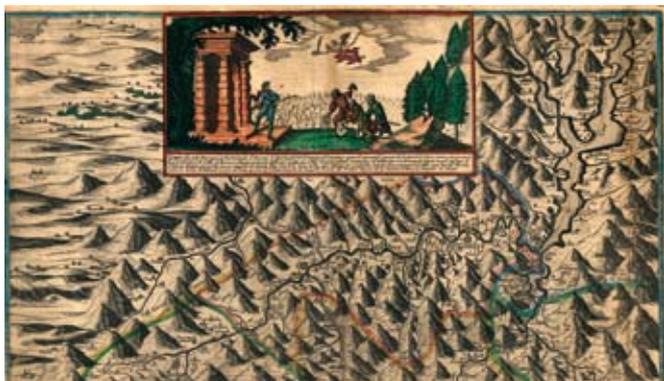
futuro" – Edizioni Museo Diocesano per il Gruppo Credito Valtellinese; a cinque anni dalla sua inaugurazione è sorta l'esigenza di raccontare la storia del Museo Diocesano dagli esordi ad oggi. Il volume raccoglie le testimonianze di quanti hanno dato vita all'Istituzione milanese, tra cui il Gruppo Credito



Particolare della Cimasa lignea di Grosio. Opera esposta alla mostra "Recuperi e restituzioni. Tesori nascosti dal territorio"

Valtellinese, e di personaggi dell'arte e della cultura. Aprirsi al futuro richiede una forte consapevolezza del passato e una coraggiosa chiarificazione delle idee e dei propositi – questo è il senso del volume che il Museo Diocesano intende offrire

"Cartografia antica della Rezia, Valtellina, Valchiavenna e Grigioni", con



Anonimo. Karte des Pais reconquis et restitués par le roy aux 3 Ligues Grises 1625. Incisione: rame acquerellato in bianco e nero, cm36,5x6,15. Collezione privata, Sondrio (opera esposta nella mostra Cartografia antica della Rezia)

anche come segno di ringraziamento a quanti hanno creduto nella sua nascita. Significativa anche la collaborazione alla pubblicazione del volume storico "Divenire Comunità Comuni rurali, poteri locali, identità sociali e territoriali in Valtellina e nella montagna lombarda nel tardo medioevo" di Massimo Della Misericordia, presentato presso Palazzo Sertoli a Sondrio il 22 giugno con interventi del Presidente Avvocato Guicciardi, del Professor Giorgio Chittolini, ordinario di Storia Medioevale dell'Università degli Studi di Milano e dell'autore.

E' proseguita infine l'intensa attività espositiva presso le tre Gallerie.

La stagione 2007 della Galleria Credito Valtellinese di Sondrio ha aperto con la mostra, allestita dal 10 marzo al 6 maggio,



l'esposizione di circa 50 cartografie d'epoca dal tardo '500 al XX secolo provenienti in parte dalla collezione Credito Valtellinese ed in parte da

collezioni private ed è proseguita, dal 19 maggio al 24 giugno, con "Pietro Donzelli. Fotografie", mostra fotografica proveniente dalla Galleria Credito Valtellinese di Milano e nel periodo estivo con "Fraquelli. Un vertice dell'informale", un "outsider" del panorama pittorico italiano degli anni '60.

Dal 22 settembre al 29 novembre si è svolta la mostra "Recuperi e restituzioni. Tesori nascosti dal territorio", prodotta dal Museo di Sondrio a cura del Direttore Angela Dell'Oca, come continuazione della precedente esposizione "Legni sacri e preziosi. Scultura lignea in

Valtellina e Valchiavenna tra Gotico e Rinascimento", allestita negli spazi del Museo Valtellinese di Storia e Arte e di Palazzo Sertoli; è stato esposto un nucleo di sculture del Cinquecento recuperate grazie a un significativo intervento di restauro, con alcuni video illustrativi delle fasi più rilevanti. Particolare attenzione è stata rivolta alle scuole grazie ad itinerari didattici, visite guidate e materiale

illustrativo (sponsor tecnici Crypto e Global Assicurazioni).

Infine, dal 22 dicembre fino al 17 febbraio 2007, è stata allestita la mostra "40.20.06", 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. Dopo la tappa di Sondrio l'esposizione verrà presentata nel marzo 2007 presso la Galleria Credito Siciliano di Acireale (Ct).

Le mostre sono state prodotte dalla Fondazione in collaborazione con il Comune di Sondrio e il Museo Valtellinese di Storia e Arte.

La Galleria Gruppo Credito Valtellinese di Milano Stelline ha proposto, dal 1° marzo al 29 aprile, la mostra fotografica "Pietro Donzelli. Fotografie" – un'ampia retrospettiva, per la prima volta in Italia, delle opere di uno dei protagonisti più significativi della cultura fotografica italiana a partire dall'immediato dopoguerra, circa 200 immagini selezionate tra vintage prints e stampe contemporanee.

Dal 17 maggio al 22 giugno è stata ospitata "Isadora Duncan, Pina Bausch. Danza dell'anima, liberazione del corpo", mostra patrocinata dalla Provincia di Milano e realizzata anche con la collaborazione della Fondazione Gruppo Credito Valtellinese, dedicata alle

due danzatrici, ispiratrici e guide del superamento del dualismo anima-corpo, che hanno dischiuso nuovi e fecondi orizzonti al teatro ed alla danza.

Dal 15 settembre al 4 novembre si è svolta la mostra "L'Ombra della Mano. Il viaggio delle Forme", personale dell'artista galiziana Menchu Lamas, a cura di Donald Kuspit, che ripercorre gli ultimi dieci anni della sua produzione con opere incentrate sul tema del sogno. La mostra è stata allestita contemporaneamente anche al Centro Galego di Arte Contemporanea di Santiago ed i visitatori, grazie ad un video, hanno potuto vederle entrambe.

E' stata inaugurata il 28 novembre, per concludersi il 31 gennaio la mostra "Ironica - La leggerezza dell'ironia", a cura di Valerio Dehò ed Elena Pontiggia, dedicata al

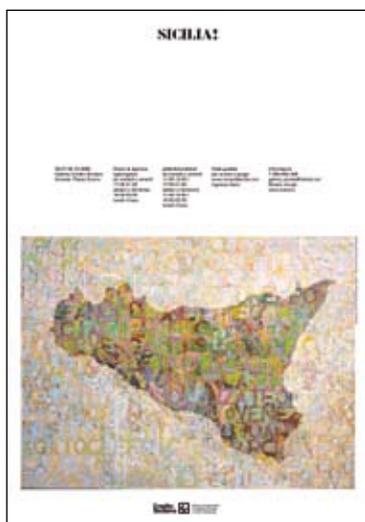
tema dell'ironia nell'arte, una collettiva di artisti italiani del calibro di Boetti, Agnetti, Mondino, De Dominicis, Montesano, Salvo, Stefanoni, Gilardi, Ontani, Damioli, Levi, Ponti, Pascali.

La Galleria Credito Siciliano di Acireale (Ct) ha presentato le mostre "Frances Lansing 1989-2005", già allestita a Sondrio nel dicembre 2005 - personale dell'artista newyorkese, italiana d'adozione, con una trentina di opere realizzate con la tecnica dell'encausto su tela, su legno e su masonite e venti sculture in bronzo e terracotta realizzate in un periodo che va dal 1985 al 2005 e, dal 29 luglio al 30 settembre, "Sicilia!", una ricognizione storica sugli artisti siciliani dal secondo dopoguerra ad oggi.

La rassegna, curata da Marco Meneguzzo

e allestita negli spazi del Credito Siciliano per l'occasione ampliati sino a raddoppiare la superficie espositiva con il restauro del secondo piano del palazzo, nella centralissima Piazza del Duomo di Acireale (Ct), ha presentato quaranta artisti significativi della creatività siciliana, dalla generazione "eroica" dell'immediato dopoguerra fino ai giovani e giovanissimi, nati nel decennio dei settanta passando per tutto quel periodo "di mezzo",

rappresentato dagli anni sessanta e settanta, in cui gli artisti dell'isola hanno cercato una



Mostra di Menchu Lamas alla Galleria Gruppo Credito Valtellinese di Milano



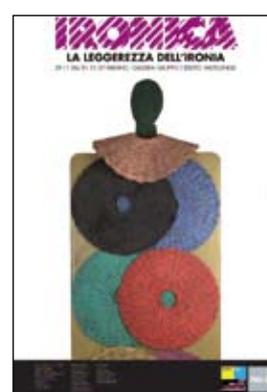
Frances Lansing - Il boscaiolo 2005 - bronzo 36x26x10cm  
riconoscibilità internazionale anche attraverso una sorta di "diaspora" dalla terra natale.

Sempre nell'ambito delle attività espositive la Fondazione ha curato la realizzazione della mostra "Il lungo addio - der lange Abschied", una storia fotografica sull'emigrazione italiana in Svizzera dopo la guerra, a Chiareggio (So) dove è stata esposta una selezione fotografica in grado di documentare il

lavoro degli emigrati italiani in Svizzera presso i cantieri per la realizzazione delle grandi infrastrutture di comunicazione (trafori, ponti, strade ferrate, gallerie).

La Fondazione, nell'ambito della sua funzione di gestione e valorizzazione del patrimonio artistico del Gruppo, ha proseguito nella politica di acquisizione di opere che arricchiscono le collezioni di arte antica, con tele quali Il Rinneamento di San Pietro del Petri, La Madonna con Bambino di Carlo Francesco Nuvolone, Il sacrificio di Polissena di Panfilo Nuvolone e disegni quali l'autoritratto giovanile di Pietro Ligari ed altre 12 opere di Ligari, e quelle di arte contemporanea con un'opera commemorativa di Velasco,

alcune tele di Paolo Punzo, un bronzo di Mario Negri e alcune significative opere di giovani artisti siciliani, esposte in estate nella collettiva Sicilia! presso la Galleria Credito Siciliano di Acireale (Ct).



La Fondazione ha inoltre curato sabato 7 ottobre la manifestazione Invito a Palazzo, organizzata dall'ABI, alla quale il Credito Valtellinese aderisce fin

dalla prima edizione, tenendo aperto Palazzo Sertoli alle visite guidate gratuite dalle 9 alle 19. Nell'occasione è stata resa disponibile in Internet l'anteprima della visita virtuale di Palazzo Sertoli - un primo nucleo del portale dell'arte del Gruppo, in progetto a cura della Fondazione, per rendere accessibile al pubblico della rete il proprio patrimonio artistico.

# Sponsorizzazioni

Oltre all'attività della Fondazione le banche territoriali svolgono attività di sponsorizzazione in linea con i principi di solidarietà ed assistenza al territorio dove il Gruppo opera; queste si producono sotto forma di sostegno a:

1. manifestazioni sportive (39,9% del totale dell'importo attribuito);
2. manifestazioni culturali (60,1%).

L'attività del settore, sviluppatasi in misura significativamente superiore al 2005, ha inteso supportare le banche del Gruppo

## SPONSORIZZAZIONI (euro)

	2006
Sport	533.369
Cultura	803.088
<b>TOTALE</b>	<b>1.336.457</b>

valorizzando la loro diffusione sul territorio. Gli interventi hanno perseguito in particolare due obiettivi di natura fondamentale:

1. diffusione del marchio nelle nuove aree

di insediamento;

2. consolidamento dei rapporti in essere con la clientela e ulteriore sviluppo commerciale.

## 1. Interventi nell'attività sportiva

Nel corso del 2006 sono state sponsorizzate 515 manifestazioni sportive, tra cui di particolare rilevanza:

- la prima prova di Coppa Europa di Sci Alpinismo Valtellina Orobic Albosaggia (So), alla 21ª edizione, tenutasi nel mese di gennaio e valevole per il circuito di Coppa Europa;
- la manifestazione "Gruppo bancario Credito Valtellinese Golf Cup 2006", svoltasi da maggio a settembre, caratterizzata da nove appuntamenti intesi anche a fare conoscere e promuovere natura, prodotti, cultura e tradizioni della Valtellina;
- la Granfondo Internazionale Marco Pantani; tenutasi in giugno in Aprica (So), ha visto gareggiare quasi duemila atleti in rappresentanza di 11 Paesi su un percorso di 172 Km;
- il primo meeting nazionale di atletica leggera della Valtellina sulla pista di Chiuro (So); oltre 200 gli atleti in gara nelle diverse discipline in un impianto tecnicamente all'avanguardia a livello nazionale - la manifestazione, che si è tenuta il 25 giugno, ha acquisito risalto televisivo a seguito della messa in onda da parte di un importante circuito nazionale di una trasmissione speciale dedicata all'evento;
- il 31° Festival dello Sport di Monza; sport, ma anche cultura, arte, collezionismo, mostre

storiche e solidarietà - l'evento ha avuto luogo in giugno. Le discipline sportive rappresentate presso l'Autodromo della città sono state oltre ottanta;

- il Motoraduno Internazionale dell'Etna a Belpasso (Ct), tenutosi in agosto e organizzato dall'omonimo Moto Club. La manifestazione ha interessato diverse località etnee e incluso al suo interno sia l'ottava prova del "Trofeo Turistico Nazionale 2006" della

Federazione Italiana Motociclismo, sia la ventunesima edizione della "Concentrazione Nazionale delle Ginestre", tradizionale passerella di moto d'epoca;

- il Summer basket 2006 di Bormio, alla presenza di varie squadre giovanili - con il Trofeo Bulgheroni (Under 13) e le Finali Nazionali (Under 14) - e di alcune squadre nazionali;
- la gara internazionale di corsa in

montagna 49° Trofeo Vanoni (Morbegno (So), 21 e 22 ottobre) - uno degli eventi più affermati nel panorama internazionale dell'atletica leggera;

- il 32° Campionato invernale Interlaghi

Lecco, svoltosi in novembre - nell'ultima giornata in particolare sono state disputate due regate molto spettacolari e combattute;

- la Sgambada (17 dicembre) - prima Granfondo Internazionale sulla distanza di 42 km (previsto anche un percorso breve di 22,5 km) che apre la stagione invernale del circuito FIS Marathon Cup.

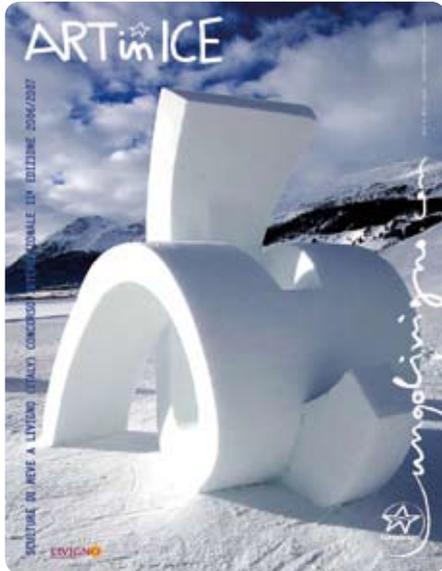


## 2. Interventi nell'attività culturale

Le banche del Gruppo hanno sponsorizzato nell'anno 334 eventi di natura culturale.

Nel settore della musica, poesia e teatro meritano di essere segnalati:

- il concerto di beneficenza "Omaggio a Mozart" dell'Associazione Antonio e Luigi Palma a Como (2 marzo), che assicura assistenza ai malati terminali;
- il Concorso Internazionale di poesia "Margherita Bassi" a Sondrio (con il sostegno di diverse istituzioni locali ed il patrocinio dell'Unione lettori italiani) - nel mese di maggio si è svolta la



premiatura della quarta edizione, dal titolo "Scorci di paese";

- il concerto di Lucio Dalla a Tirano (So) l'8 settembre, che ha ripercorso in una cornice di pubblico da grandi eventi i pezzi più celebri di uno dei maggiori cantautori italiani;
- il Concorso pianistico internazionale di Monza "Rina Sala Gallo"; svoltosi dal 23 settembre al 1° ottobre e giunto alla 19ª edizione, grazie ad una consolidata notorietà internazionale, al livello artistico e all'interesse mostrato dal pubblico, ha registrato l'iscrizione di qualificati concorrenti provenienti da diverse parti del mondo;
- la 142ª stagione musicale della Società

del Quartetto di Milano al Conservatorio Verdi (17 ottobre 2006 - 15 maggio 2007), che ha visto la presenza tra gli altri del pianista Arcadi Volodos e di nomi noti come Guarneri e Tokyo;

- SondrioTeatro - dai classici ai contemporanei (ottobre 2006-marzo 2007), con un cartellone attento ai diversi generi. Idealmente dedicata al drammaturgo irlandese Beckett, la rassegna si è conclusa con il celebre "Aspettando Godot";
- stagione 2006-2007 del Teatro San Babila Milano, iniziata il 19 settembre con lo spettacolo d'apertura di Piero Mazzarella "Milan in Man";
- il Concerto "Natale tra Voci e Armonie" in Milano presso la Basilica S. Maria della Scala in San Fedele (19 dicembre);
- la produzione e distribuzione del Valtellina Wine Symphony, un CD con una serie di brani strumentali originali eseguiti da una grande orchestra e



un DVD con suggestive immagini di vigneti terrazzati, di pratiche di cantina e di eventi legati alla viticoltura di valle - con il corredo di una piccola pubblicazione allegata.

In termini di convegni e manifestazioni il

Gruppo ha sostenuto finanziariamente:

- il Bergamo Smile Festival - marzo-aprile 2006; l'edizione ha offerto l'occasione di assistere dal vivo a due "one man show" di straordinario livello artistico;
- "Trends in Enzymology" a Como; svoltasi dal 7 al 10 giugno presso il Teatro Sociale della città Iariana, la conferenza ha visto la partecipazione di 140 scienziati provenienti da 18 diversi Paesi;
- notte bianca a Como, tra il 9 e il 10 giugno fino alle 6 del mattino - un



momento di festa per vivere con gioia la città e vederla con occhi diversi;

- Estate Calatina (Caltagirone, luglio-settembre 2006), rassegna di eventi, concerti, musica, danza e teatro che l'amministrazione comunale della città replica da decenni;
- i sapori dell'Etna ViniMilo (26ª edizione), manifestazione

settembrina che racconta l'amore della cittadina per il vino siciliano, il vulcano e il senso d'eternità che il visitatore avverte passeggiando tra le stradine dell'antico borgo;

- "Art in Ice" a Livigno (So) - 4, 5 e 6 dicembre - concorso internazionale di sculture di neve giunto alla 10ª edizione.

## Il Polo dell'innovazione della Valtellina

L'origine della proposta di creazione di un Polo per l'innovazione al servizio dell'economia locale della provincia di Sondrio risale ad oltre un decennio fa con gli studi promossi dal Credito Valtellinese - per la serie "Valtellina. Profili di sviluppo" - condotti dal Professor Alberto Quadrio Curzio e con i successivi approfondimenti di carattere applicativo eseguiti dalla SEV, dall'Unione Industriali di Sondrio e dalla Società di Sviluppo Locale sulla fattibilità tecnico-economica di una rete valtellinese a banda larga.

Un recente studio prodotto dall'Istituto di Ricerca sull'Impresa e lo Sviluppo (CERIS) del Consiglio Nazionale delle Ricerche (CNR) ha sostenuto la creazione di un Polo generalista in grado di soddisfare le esigenze del maggior numero possibile di imprese nella proposta di servizi che utilizzino tecnologie di tipo "orizzontale" tra i diversi settori economici e consentano di superare l'isolamento digitale e il divario tecnologico che separa la Provincia di Sondrio dal resto del territorio nazionale.

Il Polo si configura, in un'ottica di stimolo all'innovazione e all'internazionalizzazione in analogia con numerose esperienze diffuse in Italia e nell'Unione europea, come "infrastruttura per il trasferimento tecnologico" basata su una forma strutturata di collaborazione tra settore pubblico e privato. Il progetto è stato presentato pubblicamente in due convegni nel marzo 2006 in Sondrio e in Milano (nell'ambito dell'Expo del capitale umano dell'innovazione ed internazionalizzazione) in cui sono stati esposti una serie di approfondimenti di carattere teorico-metodologico e di elementi utili alla realizzazione del Polo, frutto anche dell'analisi dei modelli più significativi di generazione tecnologica localizzata in Europa, in Italia e in Lombardia.

La "Società cooperativa del Polo



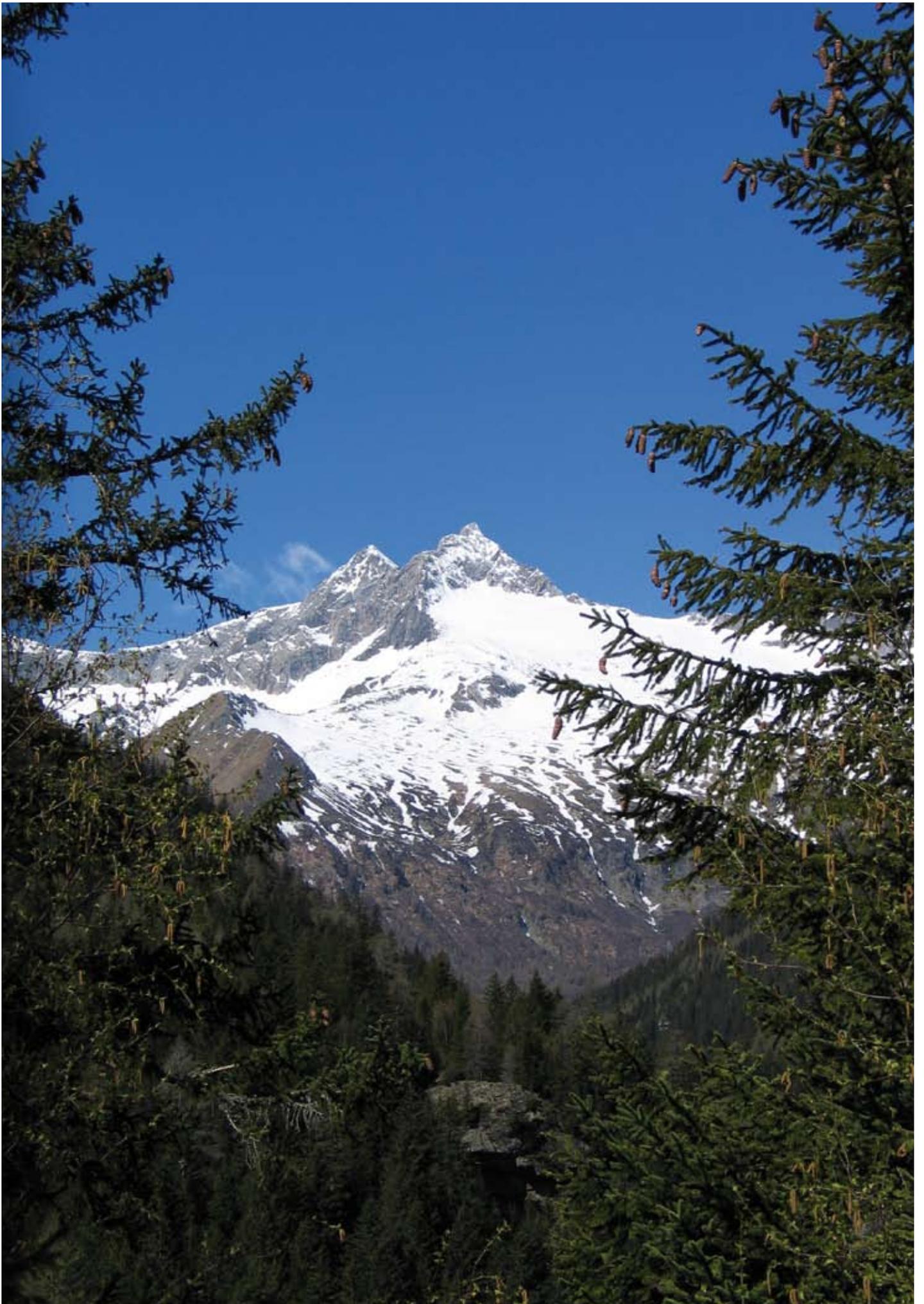
dell'innovazione della Valtellina" - Politec - che riunisce 23 soggetti rappresentativi dei principali enti istituzionali, dell'economia, del mondo dell'imprenditoria e della società civile valtellinese, tra cui il Credito Valtellinese, ha designato le cariche istituzionali di riferimento creando le condizioni per l'avvio dell'attività. Sono demandati a questa realtà lo studio e la strutturazione dell'offerta di servizi alle aziende da ospitare all'interno degli edifici presenti nell'area - che potranno così concentrarsi sul proprio *core business* razionalizzando al massimo le attività e i costi di gestione -, la cura delle relazioni esterne e la promozione delle attività sul mercato. In particolare la cooperativa intende attivarsi per l'avvio di attività di "trasferimento tecnologico" facendo convergere verso una sempre maggiore integrazione i tre mondi della "ricerca pubblica", delle "grandi e piccole imprese" e delle "istituzioni di governo" che attualmente operano secondo logiche relativamente distanti o comunque impostate su rapporti bilaterali che non colgono tutte le opportunità offerte da una relazione integrata a tre.

Nella prima riunione del Consiglio di Amministrazione, tenutasi l'1 febbraio 2007, Politec ha deliberato le linee-guida operative per la fase di start-up:

- la localizzazione in una struttura di primo utilizzo, in attesa che l'operazione

immobiliare che verrà realizzata sui terreni di proprietà della banca Capogruppo trovi completamento. Essa verrà dotata di tecnologie innovative idonee ad ospitare le prime aziende "partner";

- l'avvio di uno studio di fattibilità del piano denominato "VIP - Valtellina Informatica Pubblica", che punta all'insediamento all'interno del Polo di una struttura in grado di supportare la Pubblica Amministrazione e il settore della sanità nella realizzazione e gestione dei loro sistemi informativi, a favore della massima efficienza dei servizi;
- la nascita del progetto sperimentale "Copertura Wi-Max della Valtellina" per consentire ad aziende e privati della provincia di utilizzare le possibilità di interconnettività ad Internet a banda larga senza fili e a basso costo;
- accordi di collaborazione con strutture accademiche e centri di ricerca per l'accensione di progetti ritenuti rilevanti in relazione alle finalità e linee programmatiche adottate;
- l'insediamento di società-partner per l'avvio dell'erogazione dei servizi del Polo (per la Pubblica Amministrazione, la sanità, i professionisti, gli operatori del settore no profit e i privati cittadini);
- la proposta di una politica di incremento patrimoniale tesa all'ulteriore allargamento della base sociale;
- una serie di campagne di comunicazione e di presentazione pubblica del Polo.



Vista panoramica da Chiareggio (So)

# CAPITOLO 5 - LA RELAZIONE AMBIENTALE



- Consumi energetici
- Consumi idrici
- Carta
- Trasporti
- Rifiuti



L'utilizzo di fonti energetiche di origine fossile contribuisce all'aumento dei gas serra nell'atmosfera. La deforestazione delle aree tropicali e le emissioni inquinanti provenienti in particolare dalle industrie sono elementi corresponsabili del cambiamento climatico.

La sfida del futuro passa attraverso una maggiore efficienza nello sfruttamento delle risorse energetiche e l'utilizzo di fonti rinnovabili. Il risparmio di energia è un metodo

semplice e immediato per ridurre i consumi di combustibili fossili e di conseguenza delle emissioni di gas serra.

L'urgenza di presidiare le tematiche ambientali è stata recepita negli ultimi anni in misura sostenuta anche in ambito bancario, nonostante le attività del settore non siano caratterizzate da un livello di inquinamento potenzialmente elevato (il Gruppo Credito Valtellinese presidia questo ambito all'interno della società Stellite).

Le modalità di erogazione dei prodotti e dei servizi bancari del Gruppo influenzano l'ambiente con impatti che possono essere classificati in due distinte categorie:

#### IMPATTI AMBIENTALI DIRETTI

Sono legati all'attività operativa delle banche e delle società del Gruppo - al riguardo sono possibili interventi di contenimento e di controllo gestionale

diretto che comprendono i consumi di energia, acqua e carta, la produzione di rifiuti e gli impatti ambientali derivanti dalle missioni di lavoro effettuate dai dipendenti.

#### IMPATTI AMBIENTALI INDIRETTI

Si riferiscono alle attività non gestite direttamente all'interno del Gruppo ma sulle quali è possibile comunque influire mediante le relazioni con i clienti, ad esempio realizzando ed incentivando l'uso di servizi a basso impatto ambientale o attraverso le relazioni con i fornitori - sensibilizzandoli all'adozione di comportamenti positivi da questo punto di vista.

Una terza categoria di possibili impatti è legata agli effetti di eventuali iniziative di valore ambientale direttamente avviate o incentivate dal Gruppo attraverso l'attività propria di erogazione del credito.

Tutte le banche e società iscritte nel perimetro unitario di Gruppo, conscie della rilevanza delle tematiche ecologiche e delle responsabilità associate alla loro attività caratteristica, operano in forma rispettosa degli impatti di natura ambientale.

## Consumi energetici: prosegue la riduzione delle emissioni di anidride carbonica



La climatizzazione delle strutture, il funzionamento dei sistemi informatici e l'illuminazione costituiscono le tre maggiori fonti d'impiego di energia del Gruppo.

La climatizzazione degli ambienti di lavoro ed il relativo consumo energetico, percentualmente preponderante rispetto agli altri, dipendono anche dalle condizioni climatiche che variano sia in base alla dislocazione geografica sia all'andamento meteorologico annuale. Quest'ultimo elemento, di natura esogena, può enfatizzare o ridurre i consumi rendendo difficile una comparazione puramente

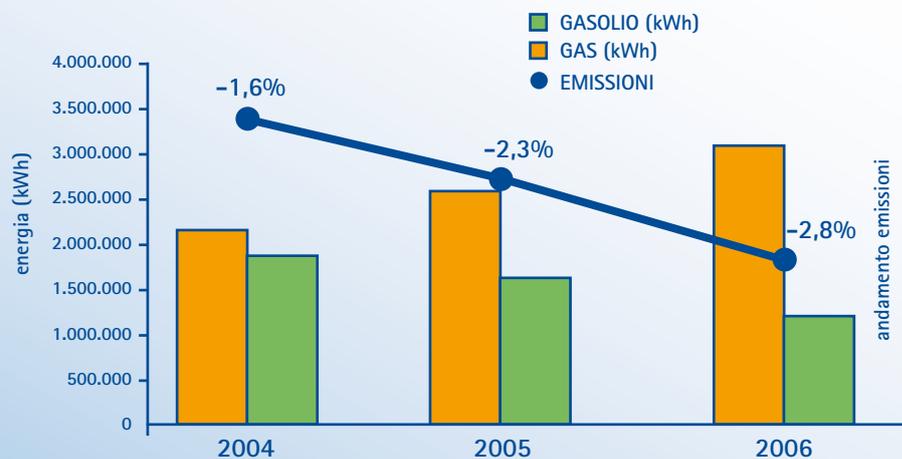
quantitativa dei dati rilevati negli anni.

Il Gruppo tende all'obiettivo di una gestione efficace e razionale dell'energia attraverso molteplici iniziative. La figura dell' Energy Manager, istituita da numerosi anni, coordina le seguenti attività che a vario titolo convergono verso questo obiettivo:

- la raccolta e l'elaborazione dei dati relativi agli utilizzi;
- l'analisi energetica degli edifici con rilevanti consumi;
- la sostituzione degli impianti di climatizzazione più obsoleti con nuove installazioni ad alta efficienza energetica atte ad una gestione ottimizzata degli usi;

- la progressiva trasformazione a metano delle centrali termiche precedentemente alimentate a gasolio;
- l'utilizzo esclusivo in tutte le dipendenze di corpi illuminanti con lampade a basso consumo;
- la sensibilizzazione dei progettisti alla realizzazione delle nuove dipendenze e alla ristrutturazione degli immobili esistenti in un'ottica di risparmio energetico;
- l'installazione di apparecchiature di lavoro a basso consumo energetico, con progressiva sostituzione di quelle esistenti – a fine 2006 oltre il 54% dei personal computer in dotazione al personale era dotato di monitor con video a cristalli liquidi;
- l'ottimizzazione dei contratti di fornitura dell'energia;
- l'adesione al consorzio ABI Energia, che ha come scopo l'ottimizzazione della gestione e dell'utilizzo dell'energia in banca;
- l'uso di energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili; nell'ultimo periodo dell'anno è stato perfezionato un accordo che permette, a partire dal 2007, l'approvvigionamento da fonte rinnovabile di circa un terzo dell'energia elettrica necessaria al Gruppo;
- la sensibilizzazione alla tematica attraverso l'informazione e la formazione rivolta a tutti i dipendenti mediante appositi strumenti (interventi mirati in aula durante i percorsi formativi destinati ai neo-assunti e distribuzione on-line

### FONTI DI ENERGIA TERMICA E ANDAMENTO EMISSIONI DI ANIDRIDE CARBONICA



a tutti i dipendenti della guida ABI Energia dal titolo "Salva l'ambiente con un click").

I dati, che mostrano un lieve aumento degli impieghi complessivi, evidenziano nel contempo la netta prevalenza del consumo di energia elettrica, che rappresenta circa l'84% del totale; nell'ambito dei consumi di energia termica prosegue la riduzione dell'utilizzo di gasolio, tra i maggiori responsabili delle emissioni di anidride carbonica.

Più in dettaglio, mentre l'aumento del consumo di energia elettrica registrato nel 2006 è stato del 7,9%, il consumo complessivo di combustibili fossili

(gasolio e gas) ha registrato una crescita pari al 5,8%.

Grazie alla conversione di ulteriori importanti centrali termiche degli impianti di riscaldamento da gasolio a gas con caldaie ad alto rendimento, si è conseguita una riduzione percentuale del consumo di gasolio del 26,4% (39% nell'ultimo biennio), con una conseguente riduzione delle emissioni inquinanti (nell'ordine di 72.964 kg).

Gli indicatori di performance vedono una crescita in termini di energia consumata per dipendente (+6,7%) e una riduzione (-2,8%) delle emissioni di anidride carbonica a seguito dello sviluppo della rete territoriale del Gruppo.

### CONSUMO DI ENERGIA

	Variazione 05/06	2006	2005	2004
Totale energia (kWh)	7,6%	27.251.840	25.334.460	24.236.620
Energia elettrica (kWh)	7,9%	22.802.223	21.129.607	20.146.000
Energia termica (kWh)	5,8%	4.449.617	4.204.853	4.090.620
di cui gas (kWh)	25,5%	3.274.162	2.608.398	2.155.326
di cui gasolio (kWh)	-26,4%	1.175.455	1.596.455	1.935.294
Energia elettrica per dipendente (kWh/anno)	6,7%	6.819	6.389	6.455
Anidride carbonica complessivamente prodotta (kg)	3,4%	2.616.369	2.531.137	2.508.561
Riduzione di emissioni di anidride carbonica a seguito conversione impianti da gasolio a gas (kg)	-24,2%	72.964	58.725	41.119
Numero dipendenti		3.344	3.307	3.121

Alla luce del rilievo che nel futuro assumerà l'impegno del presidio delle tematiche attinenti alle nuove eco-tecnologie costruttive, alla bio-architettura ed alla gestione energetica integrata degli edifici, sono proseguite nel corso dell'anno le attività del gruppo di lavoro costituitosi "ad hoc". Il team partecipa attivamente ad eventi, ricerche e valutazioni; procede a trasformare in specifiche scelte tecnologiche alcuni degli obiettivi individuati.

In particolare è in fase di progettazione avanzata la realizzazione di una filiale a basso impatto ambientale; la successiva analisi dei risultati ottenuti dall'intervento porterà all'applicazione standardizzata delle misure ritenute più efficaci. Rimane in fase programmatica un nuovo Centro Servizi in Milano fortemente orientato al contenimento dei consumi energetici ed alla sperimentazione di tecnologie costruttive a ridotto impatto ambientale.



## Consumi idrici: l'importanza dei comportamenti



I consumi di acqua nelle banche e società del Gruppo derivano quasi esclusivamente dagli usi igienico-sanitari e per il

condizionamento dell'aria degli ambienti di lavoro. La dinamica relativa è in gran parte legata a fattori di natura comportamentale soggettiva e le misure che possono influire sulla loro entità sono di diversa natura:

- di tipo culturale, volte ad aumentare la consapevolezza della responsabilità soggettiva degli utenti in ordine alla problematica;
- di ottimizzazione degli impianti esistenti, con

l'installazione generalizzata di vaschette di scarico parzializzate e di dispositivi di blocco notturno e festivo delle erogazioni;

- di razionalizzazione progettuale dei nuovi impianti, con 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 ad una contabilizzazione dei volumi da parte degli Enti erogatori avente una periodicità difforme dall'intervallo temporale di riferimento. Prendendo come indicatore il dato medio dell'ultimo triennio, si registra un consumo pro-capite pari a 95 litri al giorno e un impiego complessivo di 77.477 metri cubi. Tali utilizzi potranno essere ridotti mediante l'adozione di ulteriori misure e, in particolare, tramite un'efficace sensibilizzazione e coinvolgimento del personale.

### CONSUMO DI ACQUA

	Dato medio	2006	2005	2004
Consumo complessivo (mc)	77.477	78.359	68.591	84.471
Consumo pro capite (mc/anno)	24	23	21	27
Consumo pro capite (litri/giorno)	95	94	83	108
Numero dipendenti		3.344	3.307	3.121

\*I dati sono stati ottenuti dai consumi rilevati dalle bollette contabilizzate nelle rispettive annualità.

\*\* Il consumo di acqua è stato calcolato sulla base di 250 giornate di lavoro medie annue.

## Carta: continua il calo dei consumi

La natura delle attività svolte dalle banche e società del Gruppo comporta il consumo di significative quantità di carta sia per usi operativi interni (fotocopiatrici e stampanti) che per le comunicazioni inviate ai clienti (in particolare in forma di carta intestata, modulistica, buste).

Una significativa riduzione dei consumi è ottenibile tramite la razionalizzazione dei processi che ne comportano l'impiego; da tempo sono stati posti in essere specifici interventi applicativi e di marketing volti a limitare al minimo indispensabile il suo utilizzo:

- a partire dal 2002 le banche del

Gruppo hanno messo a disposizione dell'intera clientela una funzione - denominata "Post@inlinea" - che consente di ricevere un avviso di tutte le comunicazioni prodotte dalle banche in via telematica direttamente nella casella di posta elettronica, con possibilità di consultazione e successiva archiviazione all'interno del servizio banc@perta. Ad oggi più di 218.000 clienti, per una percentuale corrispondente ad oltre il 20% dei rapporti, scegliendo l'opzione "basta carta" hanno confermato la validità dell'opzione;

- ai clienti che ancora prediligono l'invio delle comunicazioni in forma

"tradizionale" tutti i documenti vengono trasmessi in forma stampata da ambo i lati;

- per ridurre il consumo interno sono proseguiti il potenziamento e lo sviluppo dei supporti informatici che prevedono la consultazione di tutte le pratiche deliberative ed operative prodotte dalle banche e società del Gruppo per via esclusivamente elettronica.

Anche nel corso del 2006 si è registrata una contrazione nell'impiego di carta, che è risultato di poco superiore a 260 tonnellate, con una diminuzione rispetto all'anno precedente del 3,1% in termini assoluti e del 5,1% in termini di consumo pro-capite.

### CONSUMO DI CARTA

	Variazione 05/06	2006	2005	2004
Consumo totale (kg)	-3,1%	261.688	269.971	278.742
Consumo pro capite (kg/anno)	-5,1%	78	82	89
Numero dipendenti		3.344	3.307	3.121

## Trasporti: aumentano le percorrenze sulla base della crescita del Gruppo

L'utilizzo dei mezzi di trasporto su gomma costituisce una tra le principali cause di immissione in atmosfera di prodotti inquinanti (soprattutto anidride carbonica e polveri sottili). Il Gruppo, ove possibile, tende a contrarre le esigenze di mobilità fisica e a sostenere l'utilizzo dei mezzi pubblici per gli spostamenti indotti da esigenze di servizio.

Nel 2006 sono stati percorsi in auto per trasferte di lavoro 6.837.129 km, in aumento rispetto agli anni precedenti essenzialmente a causa della sostenuta espansione territoriale del Gruppo e della crescita del numero dei collaboratori. Analogamente l'indice di percorrenza per dipendente presenta un valore superiore dell'11,5% rispetto all'anno precedente.

Il parco auto è composto da 60 mezzi di proprietà e da 111 autovetture a noleggio con vita media di 4 anni - tutte conformi alla normativa europea Euro3.

Per contenere gli effetti negativi derivanti dall'utilizzo di tali mezzi sono state poste in atto le seguenti misure:

- ricorso elevato all'utilizzo di forme di comunicazione ed incontro alternative rispetto allo spostamento fisico (pratiche elettroniche, attività di *e-learning*,



formazione in aula virtuale, utilizzo della videoconferenza). Sono state effettuate al riguardo 18.280 ore in aule virtuali ed *e-learning*, 950 ore in videoconferenza e 350 ore in *web-cam*;

- utilizzo, per le restanti esigenze di trasporto, di auto prevalentemente acquisite con sistema "*full-rent*", che - grazie a un parco-auto a bassa anzianità - garantisce elevati standard di efficienza energetica con bassi livelli di emissioni inquinanti.



## TRASPORTI STRADALI

	2006	2005	2004
Trasporti totali con auto (km)	6.837.129	6.066.337	5.342.660
con auto di dipendenti (km)	3.095.033	2.859.862	2.590.776
con auto aziendali (km)	1.291.382	1.360.547	1.191.911
con auto a noleggio (km)	2.450.714	1.845.928	1.559.973
Percorrenze auto per dipendente (km/anno)	2.045	1.834	1.712
Numero dipendenti	3.344	3.307	3.121

## Rifiuti: costante il recupero carta per dipendente

Le principali tipologie di rifiuti sono di tipo cartaceo - sotto forma di imballi, apparecchiature per ufficio fuori uso e cartucce esaurite per stampanti e fotocopiatrici, con una limitata entità di rifiuti "pericolosi", che richiedono un trattamento mirato in termini di smaltimento.

In tutte le banche e società del Gruppo è

attiva la raccolta differenziata; la carta e i cartoni vengono consegnati a stabilimenti appositi per il loro riutilizzo come materia prima, mentre gli altri rifiuti sono destinati a recupero o riciclaggio.

La gestione del ritiro e dello smaltimento delle rimanenze "pericolose" è affidata 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 dal servizio di nettezza urbana.

Le politiche volte alla riduzione della produzione di elaborati in forma cartacea hanno permesso un costante calo del relativo apporto.

## PRODUZIONE RIFIUTI DESTINATI AL RECUPERO O SPECIALI

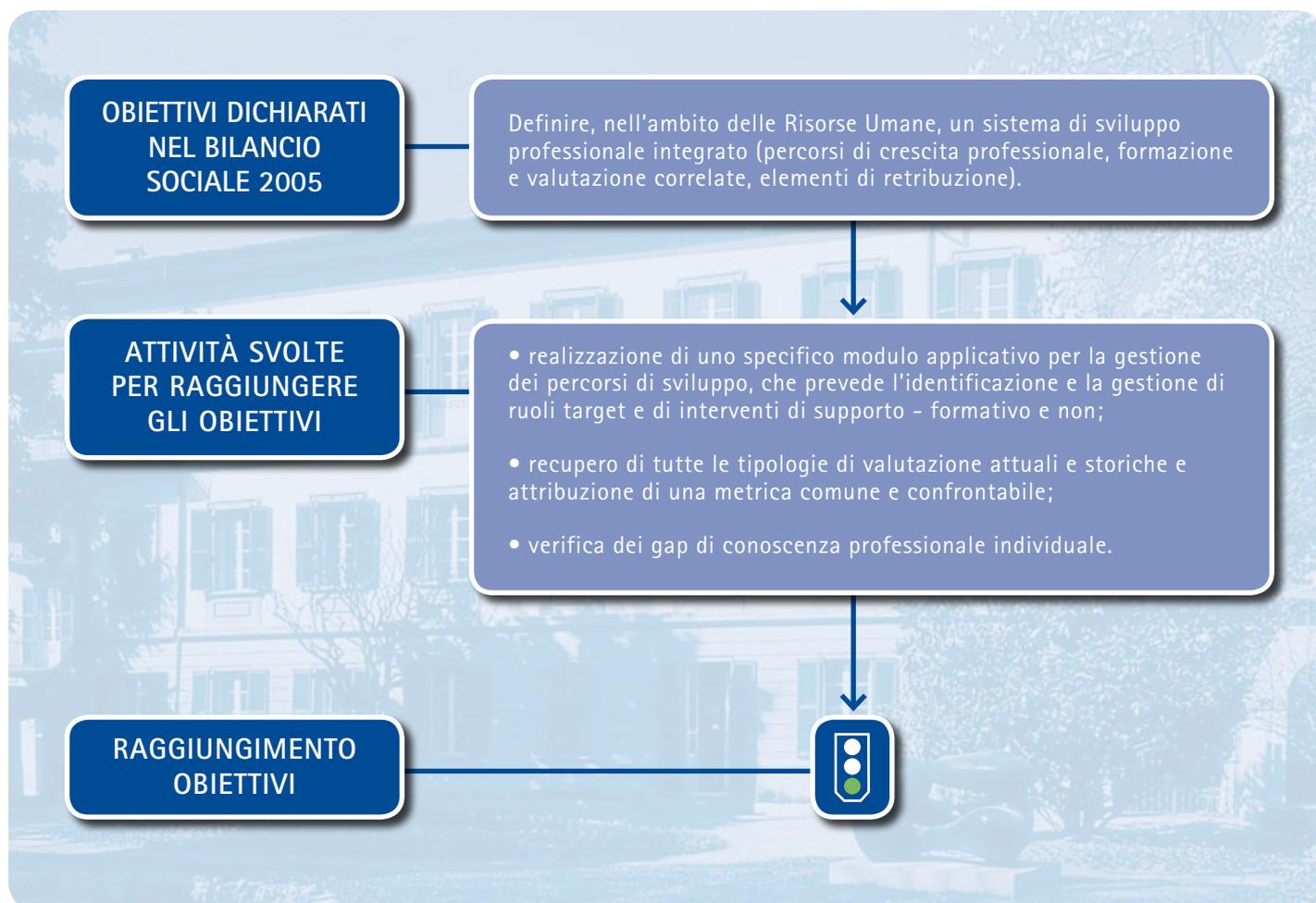
	2006	2005	2004
Carta e assimilati destinati al recupero (kg)	319.309	313.309	418.410
Cartucce e contenitori toner (kg)	5.476	8.535	2.455
Recupero carta per dipendente (kg/anno)	95	95	134
Numero dipendenti	3.344	3.307	3.121

# CAPITOLO 6 - LE LINEE PROGRAMMATICHE E GLI OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

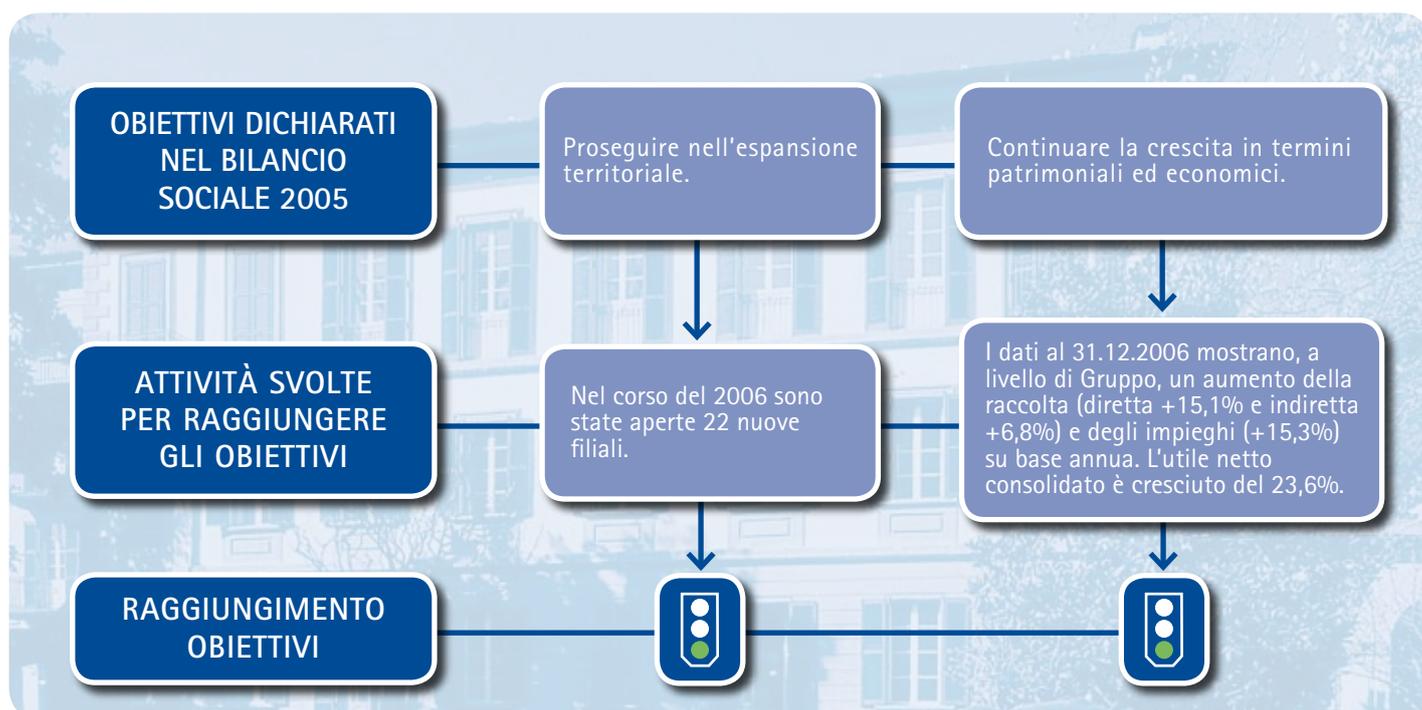


- Obiettivi sociali
- Obiettivi economici
- Obiettivi ambientali
- Traguardi futuri

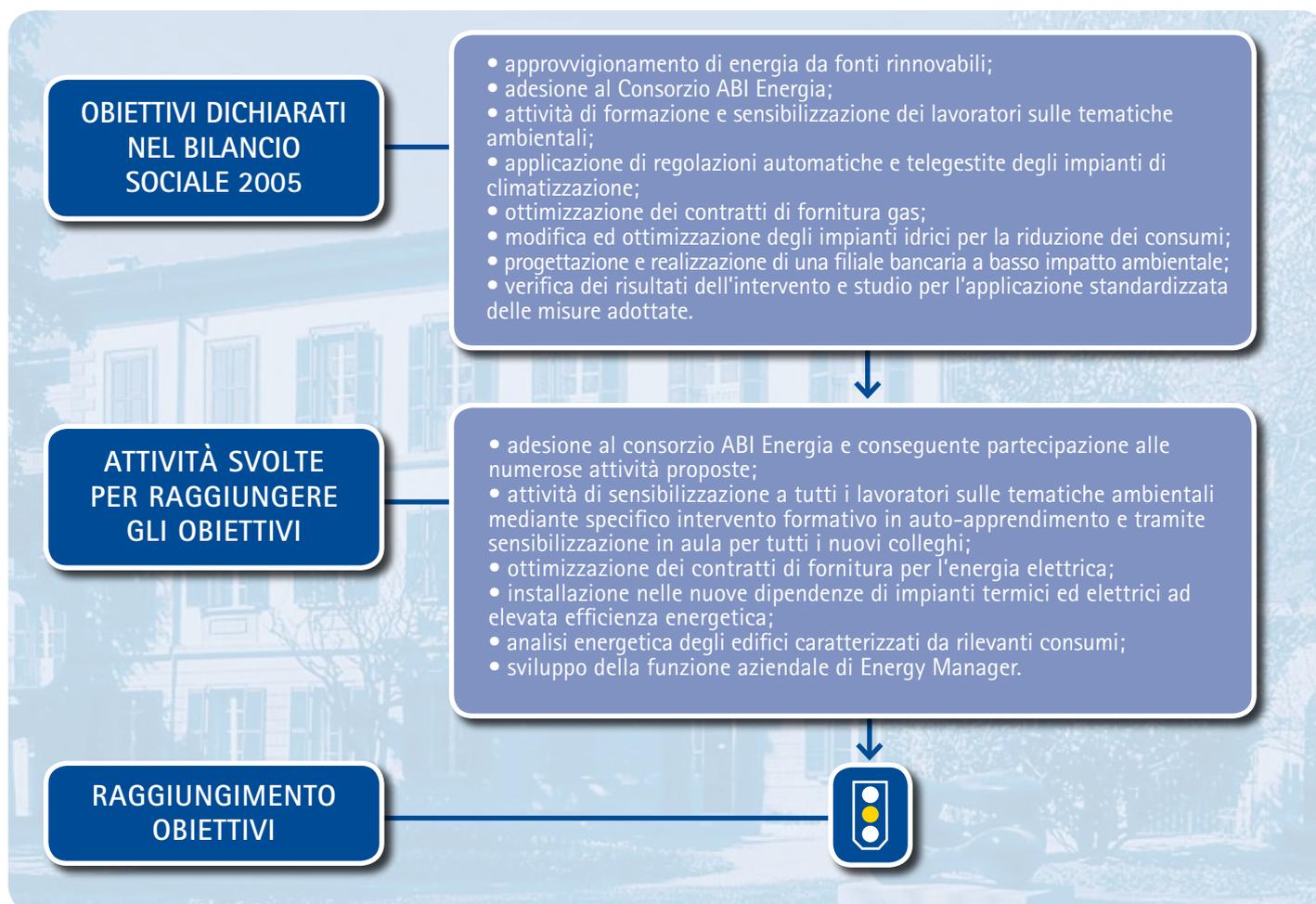
## Obiettivi sociali



## Obiettivi economici



## Obiettivi ambientali



## Traguardi futuri





Vista dell'Etna

# CAPITOLO 7 - IL SISTEMA DI RILEVAZIONE

 **ERNST & YOUNG**

■ **Ernst & Young S.p.A.**  
Via della Chiesa, 2  
20123 Milano

■ Tel. (+39) 02 722821  
Fax (+39) 02 72282037  
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 2006 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 nel paragrafo "Nota Metodologica" del Bilancio Sociale al 31 dicembre 2006 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, 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 2006, sui quali sono state emesse le nostre relazioni di revisione contabile in data 3 aprile 2007;

Parere della Società di Revisione

Metodologia di valutazione del Bilancio Sociale 2005

Struttura

Risultati

I miglioramenti apportati nel Bilancio Sociale 2006

Il questionario 2006

## Parere della Società di Revisione



Reconta Ernst & Young S.p.A.  
Via della Chiesa, 2  
20121 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.

- Abbiamo svolto le verifiche di conformità ed analisi sul Bilancio Sociale al 31 dicembre 2006 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 nel paragrafo "Nota Metodologica" del Bilancio Sociale al 31 dicembre 2006 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.

- Allo scopo di poter valutare le affermazioni del Consiglio di Amministrazione richiamate nel paragrafo 1., sono state svolte le seguenti procedure di verifica, 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 2006, sui quali sono state emesse le nostre relazioni di revisione contabile in data 3 aprile 2007;
- 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;
  - 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.

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 6 aprile 2006.

- Sulla base delle procedure di verifica svolte, riteniamo che il Bilancio Sociale al 31 dicembre 2006 del Gruppo Credito Valtellinese sia conforme alle linee guida con riferimento alle quali è stato predisposto, riportate nel paragrafo "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 2006 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.
- Richiamiamo l'attenzione sulla sezione "Linee programmatiche e obiettivi di miglioramento" che evidenzia le attività che il Gruppo Credito Valtellinese intende sviluppare.

Milano, 3 aprile 2007

Reconta Ernst & Young S.p.A.  
Sede Legale: 00196 Roma - Via G.D. Romagnoli, 18/A  
Capitale Sociale € 1.259.500.000 i.v.  
iscritta alla S.C. del Registro delle Imprese presso la C.C.I.A.A. di Roma  
Codice Fiscale e numero di iscrizione 00434000584  
P.I. 00891231003  
(vecchio numero R.I. 4497289 - numero R.E.A. 250904)

Reconta Ernst & Young S.p.A.

  
Massimo Testa  
(Socio)

# Metodologia di valutazione del Bilancio Sociale 2005

L'opinione dei vari portatori di interesse relativamente ai contenuti del Bilancio Sociale e al comportamento del Gruppo in termini di relazione con gli stakeholder

## Struttura

La valutazione richiesta al lettore con riferimento al Bilancio Sociale 2005 intendeva esaminare qualità e leggibilità del documento e comportamento del Gruppo sotto forma di percezione presso

## Risultati

I questionari relativi al Bilancio Sociale 2005 (pervenuti in numero non significativo) evidenziano un buon grado di completezza e trasparenza delle informazioni a fronte di un livello di chiarezza dei contenuti ritenuto adeguato, mentre dal punto di vista dell'aspetto grafico il campione di

è presa in considerazione tramite appositi questionari, disponibili anche direttamente in Internet all'interno della sezione dedicata. La compilazione consente di ottenere un

gli stakeholder dei valori e del grado di responsabilità sociale posto in essere. Erano presenti una serie di domande in forma chiusa, tra cui la richiesta di descrivere il documento utilizzando tre

lettori che ha risposto intravede margini di miglioramento.

Gli argomenti ritenuti di maggiore interesse hanno riguardato gli aspetti sociali, a riprova della natura tipica di un "rendiconto agli stakeholder" mirato alla rappresentazione di variabili

riscontro diretto del lettore e di effettuare, all'occorrenza, i miglioramenti consigliati alla struttura del Bilancio Sociale sulla base delle indicazioni fornite.

aggettivi all'interno di una lista definita e il tipo di argomenti più interessanti; era possibile indicare infine in forma libera osservazioni e suggerimenti meritevoli di ulteriore approfondimento.

tendenzialmente aggiuntive rispetto a quelle tipiche di natura economico-finanziaria.

Tra gli obiettivi da perseguire figura l'ottenimento di un campione di riscontri (sotto forma di risposte al questionario) statisticamente importante.

## I miglioramenti apportati nel Bilancio Sociale 2006

La struttura del documento è stata rivista a comprendere due nuove parti - il tema della "responsabilità sociale" (capitolo 1), introdotto in sede di premessa e completo di iniziative predisposte dal Gruppo nel settore, e un glossario in

Appendice - mentre la parte sull'Identità comprende quattro sezioni nuove relative rispettivamente a:

1. valori fondanti (con riferimento alla natura di "Gruppo a matrice popolare");
2. risorse intangibili (capitale umano,

patrimonio di relazioni, marchio e pay-off);

3. *corporate governance*: composizione dei Consigli di Amministrazione delle banche e società del Gruppo;

4. lineamenti del nuovo Piano strategico 2007-2010.

## Il questionario 2007

Anche quest'anno è proposta ai lettori la possibilità di esprimere le proprie opinioni con riguardo al Bilancio Sociale mediante apposito questionario

anonimo di valutazione che mantiene in sostanza la struttura del documento dell'anno scorso ed è riprodotto di seguito; l'opportunità di trasmettere

un'opinione circa i contenuti e la forma del documento è resa disponibile anche presso tutte le filiali delle banche del Gruppo e sul sito [www.creval.it](http://www.creval.it).

Il Bilancio Sociale 2006 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 numerose Unità organizzative di 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)

## Valutazione del lettore

Le chiediamo alcuni minuti del Suo tempo allo scopo di conoscere la Sua opinione su alcuni aspetti del Bilancio Sociale 2006 del Gruppo Credito Valtellinese. Le osservazioni pervenute diverranno un importante punto di partenza per innovare la prossima edizione e per rendere questo strumento il più possibile aderente alle Sue aspettative.

### Informazioni generali:

Categoria di appartenenza  
(possibilità di selezionare più categorie)

Socio       Cliente       Dipendente       Fornitore       Collettività       Enti

Com'è venuto a conoscenza del Bilancio Sociale?

Consegnato in Assemblea       Interesse personale       Motivi di lavoro/studio       Conoscenti       Altro

### QUALITÀ DEL BILANCIO E COMPORTAMENTO DEL GRUPPO

Esprima una valutazione per ciascuno di questi elementi:

QUALITÀ DEL BILANCIO	SCARSO	SUFFICIENTE	BUONO	OTTIMO
Completezza delle informazioni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trasparenza delle informazioni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Approfondimento delle tematiche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chiarezza dei contenuti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Grado di comprensibilità	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

LEGGIBILITÀ DEL BILANCIO	SCARSO	SUFFICIENTE	BUONO	OTTIMO
Efficacia della comunicazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Grafica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Linguaggio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lunghezza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

COMPORTAMENTO DEL GRUPPO	SCARSO	SUFFICIENTE	BUONO	OTTIMO
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 dei soggetti con cui il Gruppo ha i principali scambi di interesse	<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 gli argomenti 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 02-80637398

# 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.

## 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).

## E-banking

Opportunità offerta ai clienti di effettuare operazioni bancarie informative e dispositive attraverso la connessione Internet.

## IBS

Istituto Europeo per il Bilancio Sociale.

## 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.

## 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.

## Onlus

Organizzazione non lucrativa di utilità sociale.

## Rating

Metodo utilizzato originariamente per classificare sia i titoli obbligazionari sia le imprese in base alla loro rischiosità, 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 definizione più comunemente accettata, presente nel Libro Verde della Commissione europea dal titolo dal titolo "Promuovere un quadro europeo per la responsabilità 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".

## ROE

*Return of equity* (rapporto fra l'utile e il patrimonio netto – escluso di norma l'utile d'esercizio).

## 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.

## Trading on-line

Operatività in Internet di compravendita di valori mobiliari sotto forma di titoli azionari, obbligazionari, fondi di investimento, gestioni patrimoniali.

## 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.