

Bilancio sociale 2004

I recenti andamenti dei mercati e la relativa crisi di fiducia nelle istituzioni finanziarie e nell'economia globale hanno reso ancor più centrali nelle discipline aziendali i concetti della **Responsabilità Sociale d'Impresa**, espressione attuale che individua tuttavia un tema "classico": il rapporto tra l'impresa e i titolari di interessi ulteriori e diversi rispetto a quelli dei Soci. Un tema che coinvolge sicuramente l'ambito giuridico della tutela dei diritti, ma che è prima di tutto di carattere culturale.

Lo stesso intervento della Commissione Europea, che costituisce ormai da anni un punto di riferimento per la definizione di cosa sia la Responsabilità Sociale d'Impresa, non si pone in termini normativi, ma tende a stimolare, su un piano culturale, l'adesione spontanea delle imprese alle politiche comunitarie di sviluppo sostenibile. Ogni impresa è libera di muoversi nel modo e con gli strumenti che ritiene più idonei al raggiungimento dello scopo e confacenti alla propria **identità**.

Ecco, a mio avviso, il tema centrale e la vera novità della Responsabilità Sociale d'Impresa: una rinnovata tensione verso un'identità forte, fondata su **Principi e Valori** ai quali le imprese si impegnano ad aderire chiedendo anche ai propri Dipendenti e Collaboratori di accettarli, rispettarli e applicarli. Non si pone in discussione la missione dell'impresa di creare valore, ma la si colloca nel contesto di maggiore attenzione che l'opinione pubblica dedica, rispetto al passato, ai comportamenti etici adottati dalle imprese e, in particolare, dalle Banche. Il Cliente stesso è divenuto sempre più esigente, giustamente attento al rispetto delle proprie aspettative legittime, così come le Istituzioni pubbliche e private hanno mostrato la volontà di misurarsi solo con organizzazioni efficienti che esprimano comportamenti coerenti con i criteri etici del contesto di riferimento. Ciò è valido ancor più per quelle organizzazioni che - come BPU - nascono dall'integrazione

di aziende differenti per storia, cultura e collocazione geografica e che, per rispettare e valorizzare la ricchezza di queste differenze, devono saper operare con finalità comuni e condivise.

Per questo motivo trovo particolarmente significativo il fatto che questo Bilancio Sociale possa servire a condividere con tutti i nostri interlocutori il risultato di un percorso di formalizzazione de **“I Valori che ci guidano”**, voluto come strumento prioritario per la costituzione del modello federale dai Vertici di tutte le Aziende del Gruppo, radunati a Bellagio nel giugno del 2003 alla vigilia della nascita del Gruppo: la nuova **Carta dei Valori del Gruppo BPU** costituisce il filo conduttore di tutto il documento e richiama uno stile che rispetta le specifiche peculiarità territoriali e vocazioni d’impresa delle singole Banche Rete e Società e che imprime a ognuna di esse un “marchio di qualità” quale espressione di coerenza verso i valori più profondi espressi dal Gruppo nel suo insieme; uno stile che rispetta tutti gli interlocutori interni ed esterni – i nostri stakeholder – vedendo in ognuno di essi, innanzitutto, una persona portatrice di valori e di legittime aspettative.

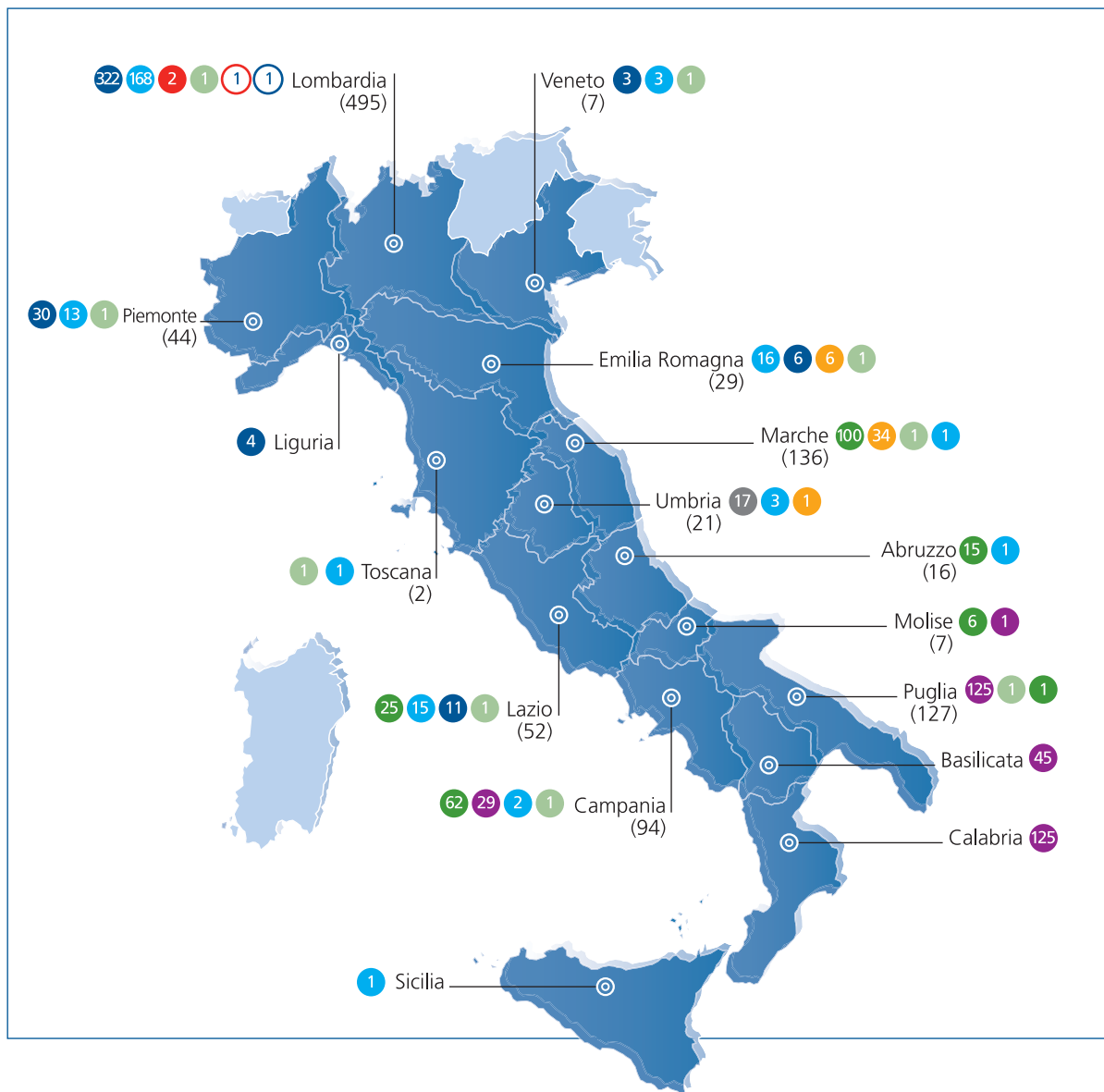
E trovo importante che da quest’anno il Bilancio Sociale del Gruppo costituisca un’ideale premessa e un momento di sintesi dei documenti che pubblicheranno le maggiori Banche rete, in un percorso di approfondimento e valorizzazione delle radici locali.

L’augurio è che il lavoro fatto – anche grazie ai preziosi suggerimenti tratti dalla collaborazione con il Dipartimento di Economia Aziendale dell’Università di Bergamo – risponda alle aspettative di quanti cercano nel Bilancio Sociale l’anima dell’impresa, per valutarne le prospettive di valore alla luce dell’identità che esprime nelle sue scelte di gestione sotto tutti i profili: economico, sociale e ambientale.



Emilio Zanetti
Presidente BPU Banca

Un'alleanza di Banche radicate nel territorio



GRUPPO BPU <banca

Filiali in Italia

1.205

● BPU Banca Scrl	2	● Banca Popolare di Toti Spa	17
● Banca Popolare di Bergamo Spa	376	● Banca Carime Spa	325
● Banca Popolare Commercio e Industria Spa	224	● Centrobanca Spa	9
● Banca Popolare di Ancona Spa	209	○ B@nca 24-7 Spa	1
● Cassa di Risparmio di Fano Spa	41	○ IW Bank Spa	1

Aggiornato al 23 marzo 2005

Identità

- 8 Profilo del Gruppo
- 9 I valori
- 10 La missione
- 11 La dimensione sociale
- 15 La dimensione economica

Organizzazione

- 20 La corporate governance
- 24 La Capogruppo
- 25 Le Banche rete e la SIM di promotori
- 35 Le Banche specializzate e le "Fabbriche" finanziarie
- 38 Il percorso di integrazione del Gruppo

Rendiconto

- 42 La formazione del Valore Aggiunto
- 44 La distribuzione del Valore Aggiunto

Relazione sociale

- 48 I rapporti con il personale
- 58 I rapporti con i soci e gli altri azionisti
- 64 I rapporti con i clienti
- 78 I rapporti con la collettività

Obiettivi di miglioramento

Allegati

Il simbolo » nel testo rinvia al glossario o ad altre tabelle e prospetti presenti negli allegati.

Profilo del Gruppo

Il Gruppo BPU è nato il 1° luglio 2003 dalla fusione dei gruppi Banca Popolare di Bergamo-Credito Varesino e Banca Popolare Commercio e Industria: due entità che hanno contribuito allo sviluppo economico e sociale di tante regioni del nostro Paese, oggi unite nel sesto gruppo bancario italiano in termini di sportelli, settimo per raccolta e per numero di dipendenti, primo tra le banche popolari e possibile polo di attrazione di altre realtà bancarie.

È un gruppo bancario polifunzionale, con competenze specialistiche in diversi settori: dall'investment banking, all'asset management, alle assicurazioni, al leasing, al credito al consumo, al banking e trading on line. La rete degli sportelli, che copre quasi tutto il territorio nazionale, fa capo a banche fortemente radicate nei territori di riferimento, orientate al servizio delle famiglie e delle piccole e medie imprese.

Per integrare le diverse storie e culture aziendali confluite nel nuovo gruppo abbiamo scelto un modello organizzativo federale, che assicura pari dignità a tutte le componenti - operativamente e giuridicamente autonome - secondo il principio della complementarietà.

Ogni società rinuncia a un poco di autonomia per avere più forza, stabilità e sicurezza: le banche rete possono contare su "fabbriche" capaci di fornire con continuità prodotti e servizi innovativi e di qualità operando a tutto campo sui diversi mercati, mentre a loro volta le "fabbriche" beneficiano della forza commerciale delle reti bancarie e della loro capacità di rilevare e trasmettere i reali bisogni delle persone e delle imprese. Così affrontiamo la sfida di coniugare due obiettivi in apparenza contrastanti: il radicamento territoriale, punto di forza delle banche popolari, e la capacità di accedere al mercato globale, condizione essenziale per agire da protagonisti nell'attuale quadro economico.

Principali aree di attività del Gruppo

	Banche Rete (con la Capogruppo formano il perimetro "core")				
BANCHE	BANCA POPOLARE DI BERGAMO Spa (BPB)	BANCA POPOLARE COMMERCIO E INDUSTRIA Spa (BPCI)	BANCA POPOLARE DI ANCONA Spa (BPA)	CASSA DI RISPARMIO DI FANO Spa (CARIFANO)	BANCA POPOLARE DI TODI Spa (BPT)
	100%	83,36%	94,68%	99,92%	98,09%
	BANCA CARIME Spa	BANQUE DE DEPOTS ET DE GESTION Sa (Svizzera)	BPU BANCA INTERNATIONAL Sa (Lussemburgo)	B@NCA 24-7 Spa	IW BANK Spa
	60,67%	100%	100%	100%	51%
RETE PROMOTORI FINANZIARI	BPU Sim Spa				
	100%				
INVESTMENT BANKING	CENTROBANCA Spa	CENTROBANCA SVILUPPO IMPRESA SGR Spa	CENTROBANCA STUDIO FINANZIARIO Spa	INVESTIMENTI PICCOLE IMPRESE Spa	
	93,88%	65,75%	100%	99,96%	
ASSET MANAGEMENT	BPU PRAMERICA SGR Spa				
	65%				
ASSICURAZIONI E BROKERAGGIO	BPU ASSICURAZIONI Spa (ramo danni)	BPU ASSICURAZIONI VITA Spa	AVIVA VITA Spa	BPU MEDIAZIONI ASSICURATIVE Srl	
	100%	100%	50%	88%	
LEASING	BPU LEASING Spa	ESALEASING Spa			
	100%	99,80%			
STRUMENTALI E SERVIZI	MERCATO IMPRESA Spa (Coralis)	BERGAMO ESATTORIE Spa	ANCONA TRIBUTI Spa	PLURIFID Spa	
	100%	100%	100%	100%	
IMMOBILI	BPB IMMOBILIARE Srl	IMMOBILIARE SERICO Srl			
	100%	100%			
FINANZIARIE	BPU TRUST COMPANY Ltd (Jersey)				
	99,998%				

A fronte dell'accordo raggiunto con alcuni soci che avevano impugnato le delibere del 1995 relative all'acquisizione di BPA da parte dell'allora BPB-CV, nel corso del 2005 BPA cederà la propria partecipazione in Carifano. BPU lancerà un'offerta pubblica di acquisto sul capitale residuo di BPA. Per mantenere e consolidare la copertura del Gruppo nell'area adriatica, BPA aprirà 20 nuovi sportelli nei comuni del litorale marchigiano e romagnolo a maggior potenziale e attrattività.

I valori

BPU Banca è nata per realizzare una grande alleanza di banche sotto il segno della continuità: continuità di valori e continuità di missione.

Nel 2004, nostro primo esercizio intero di vita, così come abbiamo dedicato grande impegno ed energie al completamento del processo di integrazione organizzativa e all'adeguamento del piano industriale alle mutate condizioni economiche, con altrettanto impegno abbiamo lavorato per assumere piena consapevolezza dei valori che sono patrimonio comune della nostra organizzazione.

Abbiamo coinvolto i dirigenti di tutte le realtà aziendali del Gruppo in un importante processo di riflessione attraverso il quale, partendo da una proposta dell'Alta direzione, abbiamo identificato i principi cardine del nostro agire quotidiano e li abbiamo declinati nella Carta dei Valori del Gruppo. Il docu-

mento, approvato dal Consiglio di Amministrazione della Capogruppo del 15 marzo 2005, assume valore per tutto il Gruppo con l'adozione da parte dei Consigli di Amministrazione di tutte le altre Società.

Pur mantenendo il riferimento generale ai principi universali del **Global Compact**® e alla **Carta dei Valori d'Impresa**®, con l'adozione della Carta dei Valori ci siamo voluti dare una nostra carta d'identità etica, fonte prima di tutte le regole di condotta personali e aziendali.

È un nuovo importante passo nella realizzazione del percorso di responsabilità sociale, intorno al quale vogliamo consolidare una forte comunione di intenti: con i nostri collaboratori attraverso la formazione e la comunicazione interna, con i nostri clienti attraverso una campagna di comunicazione nelle filiali delle Banche, con tutti i nostri interlocutori attraverso le pagine di questo bilancio sociale.



"Tutte le unità, centrali e di rete, si adoperano per garantire, a livello sia di Azienda Bancaria che di Gruppo, unità di vision e di approccio strategico e operativo nello sviluppo degli affari e delle attività di produzione, condividendo e attenendosi costantemente al sistema di valori etici statuiti".

(Dal Regolamento Generale Aziendale di BPU Banca)



I valori che ci guidano

Abbiamo preso un impegno. Nero su bianco.

Ci siamo dati una **Carta dei Valori** che fissa i principi che ci guidano nelle grandi scelte come nel lavoro di tutti i giorni.

Visione

Vogliamo **essere protagonisti** del mercato bancario nazionale con una partecipazione concreta e proattiva che si contraddistingua per efficienza e capacità di creare valore nel tempo. Vogliamo **crescere** valorizzando il nostro capitale intellettuale, nel rispetto dei principi etici che da sempre caratterizzano le nostre persone e danno valore al loro agire quotidiano.

Missione

La nostra missione è essere 'Banca Popolare' fortemente partecipe della vita economica e sociale del territorio, impegnata a promuoverne lo **sviluppo armonico** e duraturo. Realizzare una Alleanza di Banche ricche di storia, unite da un **modello federativo** integrato e polifunzionale, fondato su valori condivisi e con un grande patrimonio di persone, mezzi e relazioni.

La missione

La nostra missione esprime e realizza in modo nuovo e più ampio l'originario fine cooperativo delle banche popolari e richiede per questo una grande capacità di capire le singole realtà locali, di agire in sintonia con esse e di comunicare. È una missione di continuità storica, che si riafferma negli obiettivi dell'alleanza e nelle scelte che hanno ispirato il modello del Gruppo:

- "valorizzare e sviluppare le aree di business delle Banche partecipanti all'aggregazione e identificarne delle nuove, salvaguardando l'identità dei marchi e le autonomie operative delle singole Banche che si connotano sulla base del radicamento territoriale e della identità storica, culturale e imprenditoriale;
- perseguire, anche per mezzo della creazione della nuova Capogruppo, l'allineamento dei risultati di tutte le Società ai migliori standard di settore, con l'obiettivo ultimo di generare valore per tutti i portatori di interesse."*

Per vocazione comune delle realtà storiche confluite nel nuovo Gruppo - "banche del territorio e per il territorio" - la missione si apre all'interesse per l'arte, per la cultura, per la conservazione del patrimonio artistico e per il sostegno di iniziative finalizzate al progresso sociale e scientifico.

* Dal Regolamento di Gruppo di BPU Banca

Attività economica >< Attività sociale

Servire responsabilmente le famiglie, con prodotti e servizi adeguati alle loro capacità di risparmio e di spesa e alle loro necessità di protezione dai rischi; alimentare efficacemente la crescita sana ed equilibrata delle imprese, selezionando le idee e i progetti meritevoli di supporto.

Capire e sostenere le forze positive che fanno crescere le comunità in cui operiamo, indirizzando le risorse di cui disponiamo verso le iniziative che riteniamo più meritevoli anche in termini di efficacia e di sostenibilità.

La dimensione sociale

La banca, in quanto società di servizi, è un sistema sociale che vive una complessa rete di relazioni sul territorio ed è perciò tanto più solida e profittevole quanto più stabili e profonde sono queste relazioni. La produzione, caratterizzata da una forte componente di lavoro intellettuale, si realizza per gran parte nel momento stesso in cui avviene lo scambio di valore con la clientela e determina – ma ne è nello stesso tempo determinata – la qualità della relazione.

Noi siamo innanzitutto “le nostre persone”: risorse umane, soci e azionisti, clienti, fornitori. La nostra realtà è importante, ha un peso nel contesto economico e sociale di riferimento perché raccoglie intorno al proprio progetto imprenditoriale tante persone, espressione di tante comunità locali.

Il personale Patrimonio di valori, capacità e conoscenze

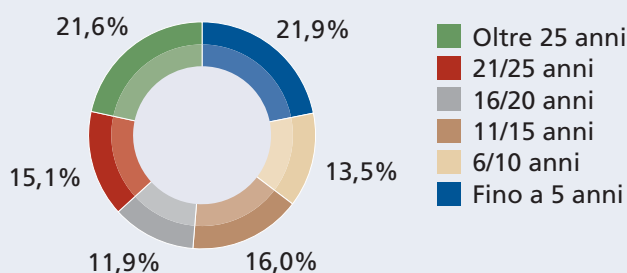
Nelle filiali e negli uffici centrali delle Banche e delle “fabbriche” del Gruppo più di 15.000 persone lavorano ogni giorno come una sola grande squadra. Ai 14.580 dipendenti in forza a fine 2004 si aggiungono infatti 806 lavoratori interinali, 633 dei quali sostituiscono risorse impiegate nel piano di accentramento operativo di Banca Popolare Commercio e Industria e di Banca Carime, 26 collaboratori esterni e 33 stagisti in tirocinio formativo.

Nell’equilibrio della composizione del personale tra le diverse classi di età e di anzianità di rapporto, ricerchiamo la miglior combinazione di espe-

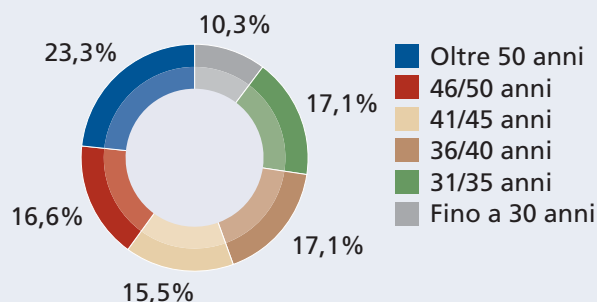
Il Personale

	BPU Banca	Gruppo*
Dirigenti	105 (9,5% donne)	287 (7,0% donne)
Quadri direttivi	701(23,0% donne)	5.202 (16,8% donne)
Impiegati aree professionali	1.154 (35,7% donne)	9.074 (39,7% donne)
Donne:	29,7%	30,9% (30,2% nel 2003)
Laureati	26,2%	23,1% (22,6% nel 2003)
Diplomati	55,2%	65,4% (67,7% nel 2003)
Età media:	41 anni e 5 mesi	41 anni e 10 mesi
Anzianità media:	14 anni e 7 mesi	15 anni e 4 mesi

Personale per anzianità di rapporto



Personale per età



*Esclusa ABF Leasing partecipata al 50%

rienza ed entusiasmo, competenze consolidate e nuove professionalità.

La gran parte del personale è concentrata in Lombardia, nelle filiali di BPB e BPCI, nelle funzioni di governo e supporto della Capogruppo e nelle "fabbriche" del Gruppo; un importante contributo all'occupazione locale è anche nelle Marche, in Calabria e in Puglia.

Più di 9.000 persone sono impegnate quotidianamente sul territorio "in prima linea" nelle filiali delle Banche al servizio dei nostri clienti.

I soci e gli altri azionisti Primi sostenitori del nostro progetto imprenditoriale

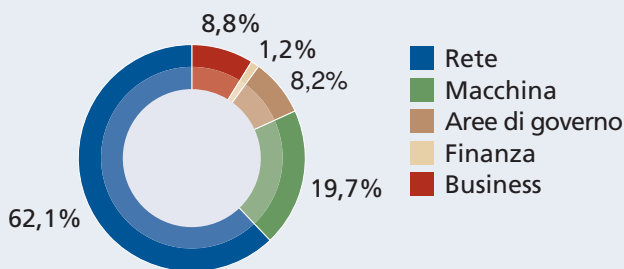
Sulla base delle richieste di pagamento del dividendo pervenute, aggiorniamo costantemente la composi-

zione della nostra base sociale: contiamo ormai più di 166.000 azionisti, oltre 76.000 dei quali sono anche soci. Nel 2004 sono stati 448 gli azionisti che hanno scelto di stringere con BPU Banca un legame più forte, entrando a far parte della compagine sociale.

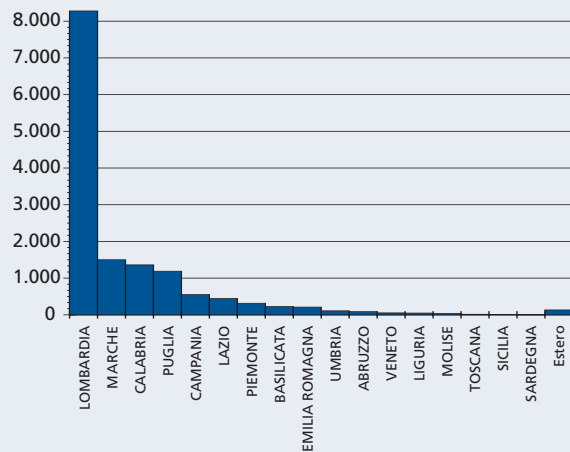
Il nostro è un azionariato fatto soprattutto di persone fisiche (99,3% dei soci e 98,1% degli altri azionisti), il 76,4% delle quali possiede meno di 1.000 azioni a testa, con un investimento medio che non raggiunge i 5.000 euro. In termini di capitale è significativo l'apporto degli investitori istituzionali (30,1%): oltre 700 egualmente suddivisi tra italiani ed esteri. I soci, con meno di 1.000 azioni a testa, costituiscono una base sociale diffusa, che garantisce stabilità e assenza di condizionamenti nelle scelte strategiche e operative della Capogruppo e del Gruppo nel suo complesso.

Investono nel nostro titolo persone di tutte le età ma, soprattutto nei soci, è netta la prevalenza dei

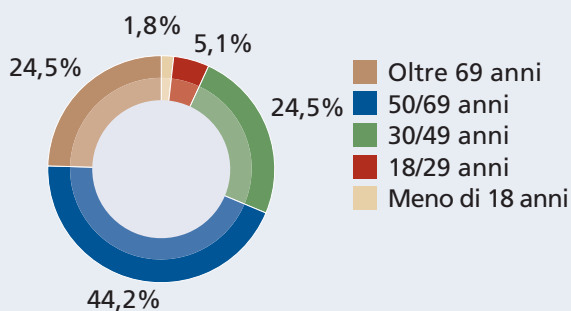
Personale per area di impiego



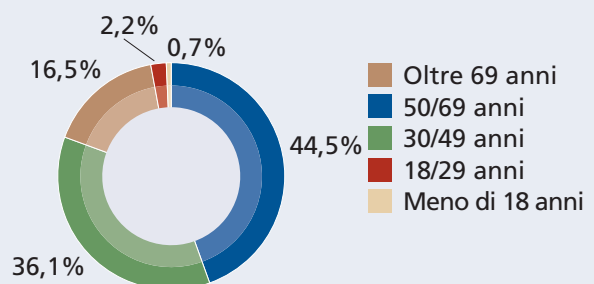
Distribuzione territoriale del personale



Soci per età



Altri azionisti per età



meno giovani. I soci sono concentrati principalmente in Lombardia (91,9%), mentre la distribuzione degli altri azionisti, pur presentando la massima concentrazione sempre in Lombardia, è più varia.

I clienti Prezioso patrimonio di relazioni

Con quasi 2,9 milioni di clienti - per il 97,9% famiglie e piccoli operatori economici - abbiamo i numeri di una grande banca nazionale. Abbiamo scelto di tutelare e valorizzare questo prezioso patrimonio di relazioni mantenendo forti l'identità e il ruolo delle nostre banche locali.

Lungo tutta la penisola le nostre banche hanno sviluppato nel tempo una rete di relazioni stabili e durature che creano valore sul territorio. Una persona su sette in Lombardia e in Basilicata, una su cinque nelle Marche e in Calabria lavora, si finan-

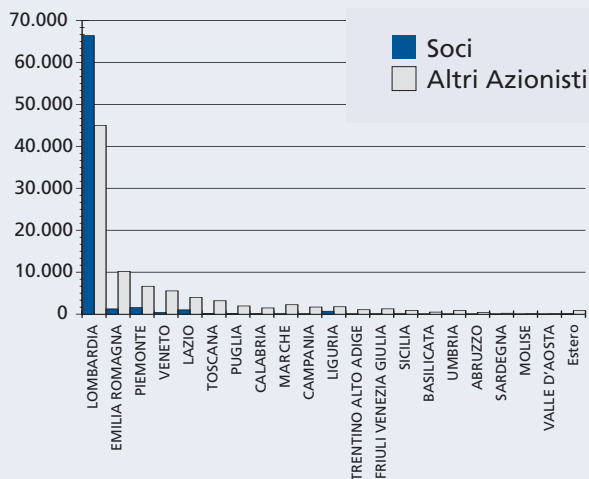
zia o investe con una delle nostre banche, apprezza il valore del nostro lavoro e ci stimola a migliorare continuamente.

A queste persone sono indirizzati tutti gli sforzi che stiamo facendo per migliorare la qualità del nostro servizio e dei nostri prodotti. La messa a regime, nel primo trimestre di quest'anno, della piattaforma commerciale di analisi della clientela (Customer Insight), con la creazione di una base dati unica di Gruppo ampia e dettagliata, ci consentirà nuove e più approfondite qualificazioni del nostro patrimonio di relazioni.

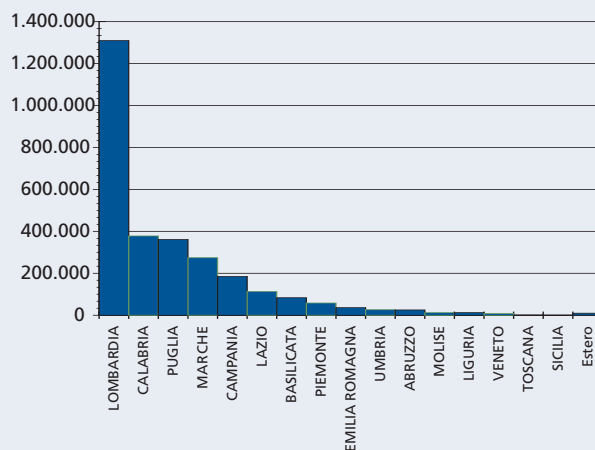
I fornitori Contributo di qualità e di efficienza

Nell'attività di intermediazione finanziaria, che rappresenta la componente principale dell'attività bancaria, il ricorso all'acquisto di beni e servizi sul mer-

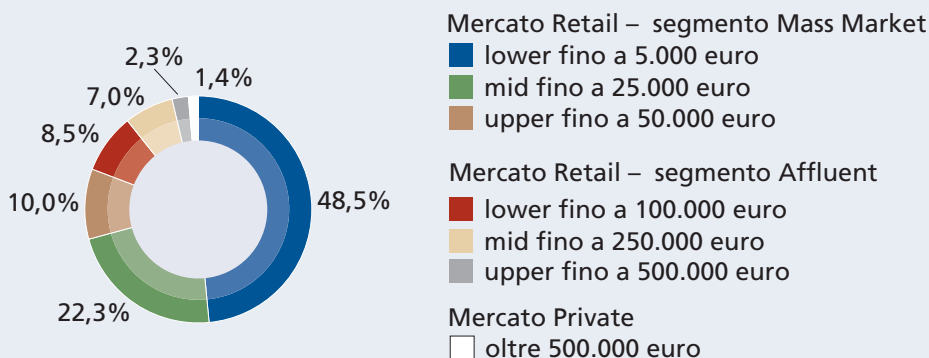
Distribuzione territoriale dei soci e degli altri azionisti



Distribuzione territoriale della clientela



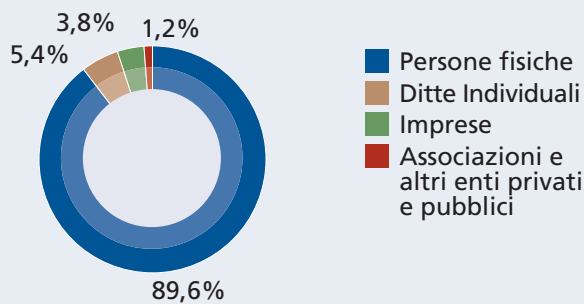
Clienti privati per segmento



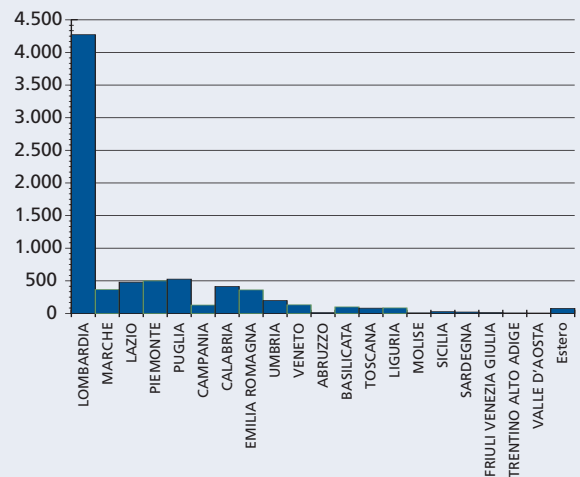
cato riguarda marginalmente il processo produttivo in sé, attuato primariamente attraverso la raccolta e l'impiego di mezzi finanziari nei confronti della clientela. Nel nostro caso poi per gran parte dei servizi non creditizi abbiamo realizzato, attraverso le strutture del Gruppo, una forte integrazione verticale dal punto di vista dei processi e dei prodotti. Il ricorso a fornitori esterni risulta quindi sostanzialmente limitato ai processi amministrativi e di mantenimento della struttura, con particolare riguardo ai sistemi informatici e alla gestione degli immobili in cui si svolge l'attività.

Parliamo di quasi 8.000 rapporti, che generano sul territorio un indotto non trascurabile che nel 2004 ha sfiorato i 600 milioni di euro. L'entità singola degli acquisti è molto varia, dai grandi investimenti alle piccole forniture di beni e servizi per l'attività quotidiana, ma ogni rapporto è gestito selezionando con cura lo specifico fornitore secondo criteri di efficienza e di qualità validi per tutto il Gruppo.

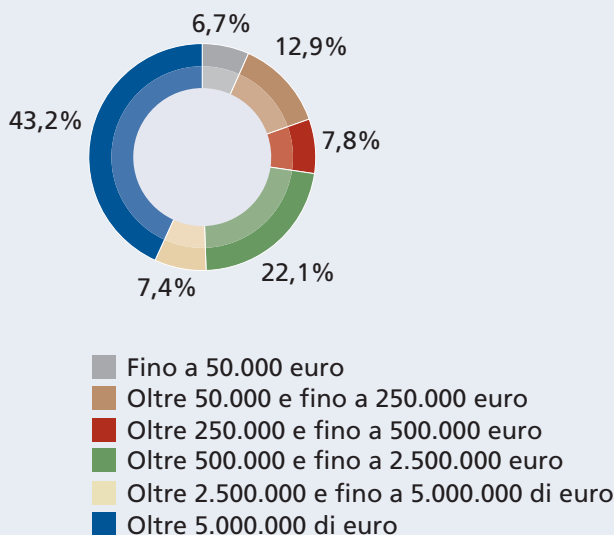
Clienti per natura giuridica



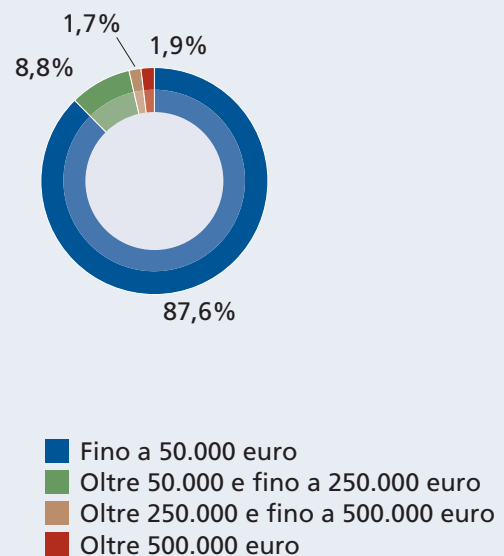
Distribuzione territoriale dei fornitori



Acquisti per fasce di importo



Fornitori per fasce di importo



La dimensione economica

Ogni banca raccoglie la fiducia dei propri clienti (correntisti e depositanti, risparmiatori e investitori) e dei propri soci e azionisti e la trasforma negli affidamenti che concede ad altri clienti (famiglie, imprese, enti pubblici e privati). Sono i numeri della raccolta, degli impieghi e del patrimonio netto, che danno il senso dell'importanza e dell'intensità delle relazioni con il territorio.

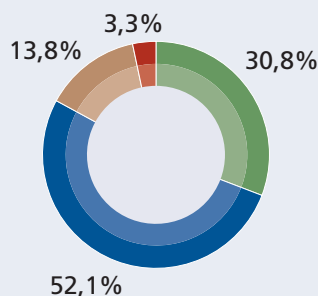
La raccolta Fiducia dai nostri clienti

La raccolta complessiva da clientela del Gruppo ha raggiunto i 97,9 miliardi di euro, con un incremento del 3,3% rispetto al 2003: 6,6 milioni di euro per dipendente (+5,27%). Per metà è raccolta diretta, per metà raccolta indiretta (23,6% raccolta amministrata e 26,3% risparmio gestito). Motore di crescita della raccolta indiretta è stato il risparmio gestito, che ha raggiunto la soglia dei 25,8 miliardi di euro, con un incremento del 10,3% rispetto al 2003. In termini di raccolta

Mezzi amministrati

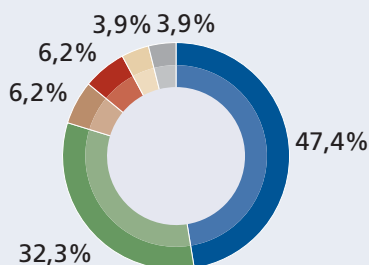
Milioni di euro	2004
Raccolta diretta da clientela	49.072,1
Debiti verso banche	4.755,2
Patrimonio netto ante riparto utile	4.026,6
TOTALE	57.853,9

Il risparmio gestito



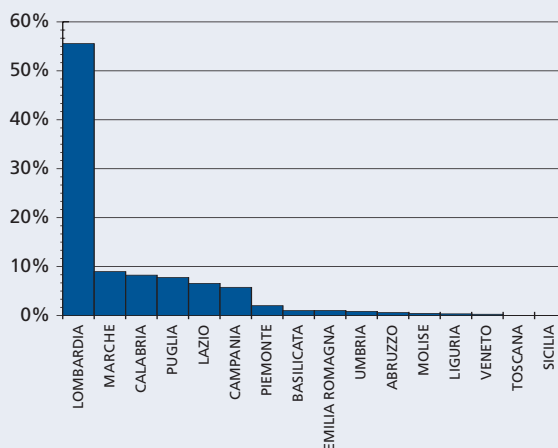
- Fondi comuni di investimento
- Gestioni patrimoniali
- Polizze assicurative e fondi pensione
- Altro (sicav, ecc.)

La raccolta diretta



- Conti correnti
- Obbligazioni
- Depositi
- Certificati di deposito
- Passività subordinate non convertibili
- Pronti contro termine e altro

Composizione territoriale della raccolta diretta



diretta siamo il 7° gruppo bancario italiano, (l'8° nel risparmio gestito). A livello nazionale abbiamo una quota di mercato del 4,4%, frutto di alcune posizioni di grande rilievo come il 9,1% in Lombardia, il 15,9% nelle Marche e il 25,9% in Calabria (dati al 30/9/2004).

prio rafforzamento patrimoniale. A fine 2004 il patrimonio netto, incluso l'utile dell'esercizio, ammonta a 4,0 miliardi di euro ed è pari al 4,1% della raccolta complessiva (8,2% della diretta) e al 9,2% degli impieghi.

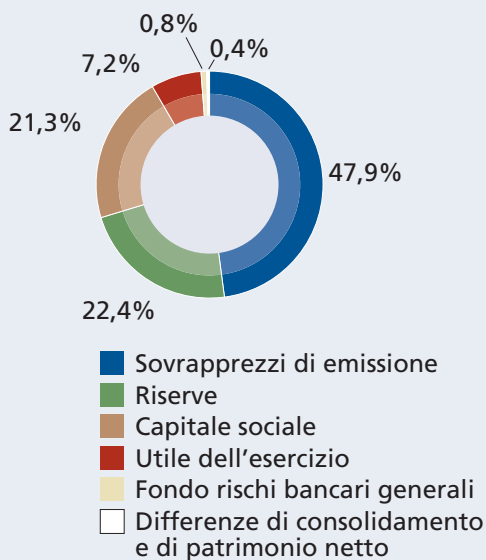
Il patrimonio netto Fiducia dai nostri azionisti

Il patrimonio netto rappresenta l'ammontare delle risorse messe a disposizione dai nostri soci e azionisti, sotto forma di capitale sociale e sovrapprezzi di emissione delle azioni, incrementate negli anni dalla quota di utili che la banca ha destinato al pro-

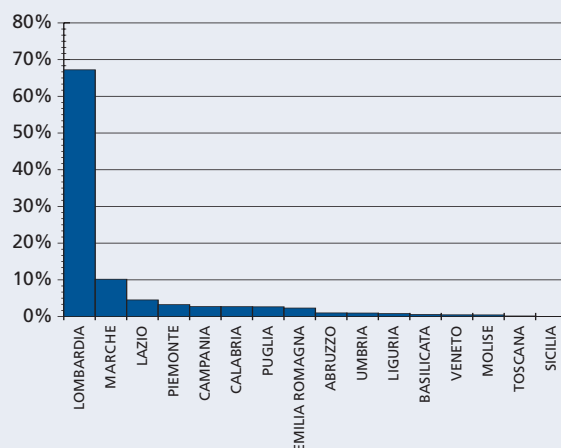
Gli impieghi Fiducia alle famiglie e alle imprese

A fine 2004 abbiamo concesso ai nostri clienti crediti per un totale di 44,0 miliardi di euro al netto delle svalutazioni, con un incremento del 2,2% rispetto al 2003: 3,0 milioni di euro per dipendenti (+2,2%). Più di 10 miliardi di euro finanziano progetti di vita delle famiglie, mentre 25 miliardi

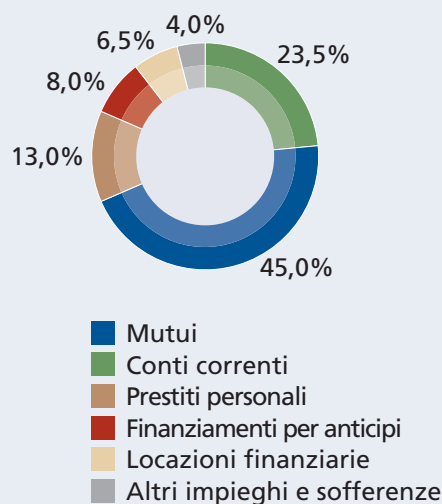
Il patrimonio netto



Distribuzione territoriale degli impieghi



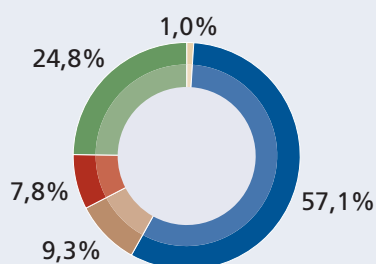
Gli Impieghi per forma tecnica



finanziano direttamente l'attività e i progetti di sviluppo delle imprese.

Anche sul versante degli impieghi siamo il 7° gruppo bancario nazionale, con una quota di mercato del 3,8%. Le quote di mercato sono sensibilmente più importanti nelle nostre regioni di origine: 7,4% in Lombardia, 14,8% nelle Marche, 15,3% in Calabria (dati al 30/9/2004).

Gli impieghi per tipologia di destinatari



- Società non finanziarie
- Famiglie produttrici
- Società finanziarie
- Famiglie consumatrici e altri soggetti
- Stato e altri enti pubblici

I valori che ci guidano

Responsabilità



Ricerca il consenso

del mercato attraverso una competitività orientata alla creazione di valore.

Tendere a successi

di squadra e personali, nella consapevolezza che l'evidenza dei risultati e dell'impegno sarà riconosciuta.

Cogliere ogni occasione

per accrescere il senso di responsabilità. Tradurre in azioni le competenze acquisite dalle azioni formative.

Abbiamo mantenuto la matrice cooperativa dei gruppi di origine, adottando un modello federativo che valorizza la complementarietà e le sinergie di reti distributive focalizzate per segmenti di mercato e di “fabbriche” specializzate per settori di attività.

La corporate governance[»]

BPU Banca è una società cooperativa a responsabilità limitata e si caratterizza come public company[»], con azionariato diffuso e senza soci di controllo. Non vi sono patti parasociali.

In quanto società quotata alla Borsa Valori di Milano, la Banca è soggetta alle norme emanate da Consob e da Borsa Italiana, oltre che alle norme del Codice Civile, alle leggi speciali in materia bancaria e alle Istruzioni di Vigilanza di Banca d'Italia. La sua struttura di governance è costantemente allineata alle best practice del mercato - in particolare al **Codice di Autodisciplina delle Società Quotate[»]** e al **Codice di Internal Dealing[»]** di Borsa Italiana spa – condizione riconosciuta anche per il 2004 dall'Agenzia Europea di Investimenti Standard Ethics[»].

Consiglio di amministrazione[»]

Rappresenta il cuore della governance della Capogruppo e del Gruppo, con poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione. A eccezione dell'Amministratore delegato, tutti i Consiglieri

sono indipendenti[»] e non esecutivi[»], a garanzia del primato dell'interesse complessivo della società in ogni decisione. La qualità dell'attività svolta dal Consiglio è garantita dai requisiti di onorabilità e professionalità cui tutti i consiglieri devono rispondere. Le differenti estrazioni professionali assicurano competenze multidisciplinari in seno al Consiglio.

Comitato esecutivo[»]

Ha un ruolo centrale nell'attività di coordinamento e sovrintendenza su materie di particolare rilevanza strategico-gestionale a livello aziendale e di Gruppo. Formula proposte al Consiglio, specialmente in materia di piano industriale e assetto organizzativo, e ha anche poteri deliberativi, in particolare in materia di affidamenti alla clientela di competenza della Capogruppo.

Amministratore delegato

Sovrintende alla gestione della Banca e del Gruppo, svolgendo funzioni di coordinamento e controllo e formulando gli indirizzi per l'attività corrente. Riferisce ad ogni riunione al Consiglio di amministrazione e al Comitato esecutivo sullo svolgimento delle attività della Banca e del Gruppo.

Agenzia Europea di Investimenti Standard Ethics[»]
Rating società bancarie quotate a dicembre 2004*

		Banche del segmento S&P-Mib	
ECCELLENZA	EEE		Nessuna
	EEE-		Nessuna
	EE+	1 banca	Banca Popolare di Verona e Novara
MEDIA	EE	3 banche	Banca Popolare di Milano / BANCHE POPOLARI UNITE
	EE-	6 banche	Antonveneta / Montepaschi (-) / Unicredito (-)
Sistema bancario italiano	E+	6 banche	San Paolo IMI (-)
	E	12 banche	Banca Fideuram (-) Banca Intesa (-) BNL (-) Capitalia (-) Mediobanca
SOTTO LA MEDIA	E-	5 banche	Mediolanum

(-) = Outlook Negativo

* Nell'aggiornamento del 28 aprile 2005 la nostra Banca ha outlook positivo, Montepaschi e Unicredito hanno outlook stabile, mentre Antonveneta, SanPaolo IMI, Banca Intesa, BNL e Capitalia sono state sospese.

Altri Comitati Consiliari

Come raccomandato dal Codice di Autodisciplina delle Società Quotate, alcune materie particolarmente delicate sono delegate a specifici comitati interni al Consiglio, a presidio della correttezza e della trasparenza dell'assunzione delle relative decisioni.

Il **Comitato nomine** individua le candidature alla carica di Consigliere e di Sindaco della Capogruppo e delle Controllate. La sua preventiva determinazione costituisce presupposto necessario per le deliberazioni del Consiglio in materia.

Il **Comitato per la remunerazione** formula al Consiglio proposte necessarie ma non vincolanti per le deliberazioni in materia di remunerazione dell'Amministratore delegato, degli Amministratori che rivestono particolari cariche e dell'Alta dirigenza della Capogruppo e delle Controllate.

Il **Comitato per il Controllo Interno** assiste il Consiglio nell'espletamento dei suoi compiti di responsabile dei controlli interni; valuta le proposte formulate dalla società di revisione per ottenere l'affidamento dell'incarico, il piano della revisione e i suoi risultati; insieme ai revisori incaricati e ai responsabili amministrativi della banca

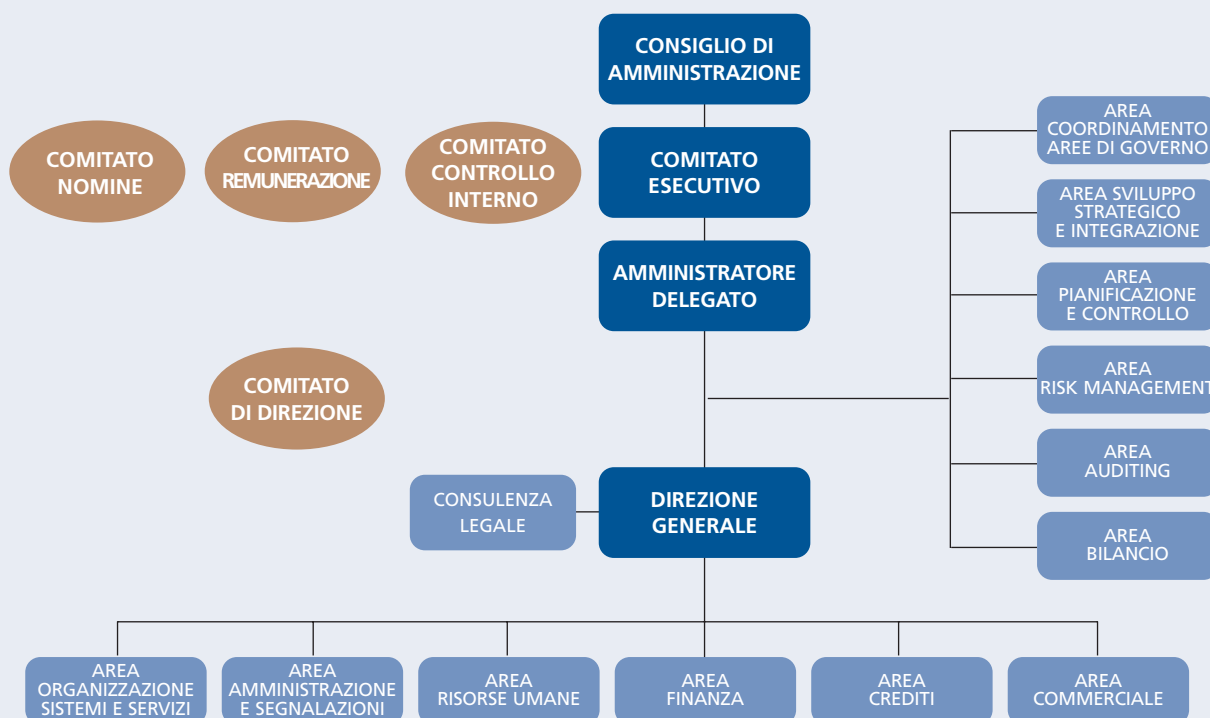
valuta l'adeguatezza dei principi contabili utilizzati e la loro omogeneità a livello di Gruppo.

A livello di Gruppo governiamo la complessa realtà organizzativa secondo una visione "per processi", con la Capogruppo BPU Banca nel ruolo di responsabile o referente in funzione dello specifico livello di accentramento decisionale e operativo definito per ogni singola area della gestione: strategica, della compliance, commerciale, creditizia, finanziaria, delle risorse.

Direzione generale

È composta dal Direttore generale e da sei Vicedirettori generali tra i responsabili delle Aree. Compete alla Direzione generale promuovere ogni iniziativa idonea a rafforzare l'etica aziendale come valore portante dei comportamenti interni ed esterni della Banca. Il Direttore generale è il capo del personale; provvede alla gestione degli affari correnti e all'esecuzione delle deliberazioni del Consiglio di amministrazione, del Comitato esecutivo e dell'Amministratore delegato e sovrintende all'organizzazione e al funzionamento della Banca; lavora in stretta relazione con l'Amministratore delegato, insieme al quale riferisce al Consiglio di amministrazione, prendendo parte con voto consul-

Struttura di Governo



tivo alle sedute. Sempre in collaborazione con l'Amministratore delegato mantiene le relazioni con la comunità finanziaria.

Comitato di direzione

Supporta il vertice con un'azione di indirizzo, coordinamento e sorveglianza su specifiche tematiche di rilevanza strategica o di impatto significativo per l'Azienda e per il Gruppo. Si riunisce di norma con cadenza mensile e vi partecipano l'Amministratore delegato, il Direttore generale, i componenti la Direzione generale e il responsabile dell'Area coordinamento aree di governo. In funzione degli argomenti da trattare può variare la sua composizione, assumendo diverse configurazioni: di Gruppo, Commerciale, Crediti, Finanza e Rischi operativi.

Aree

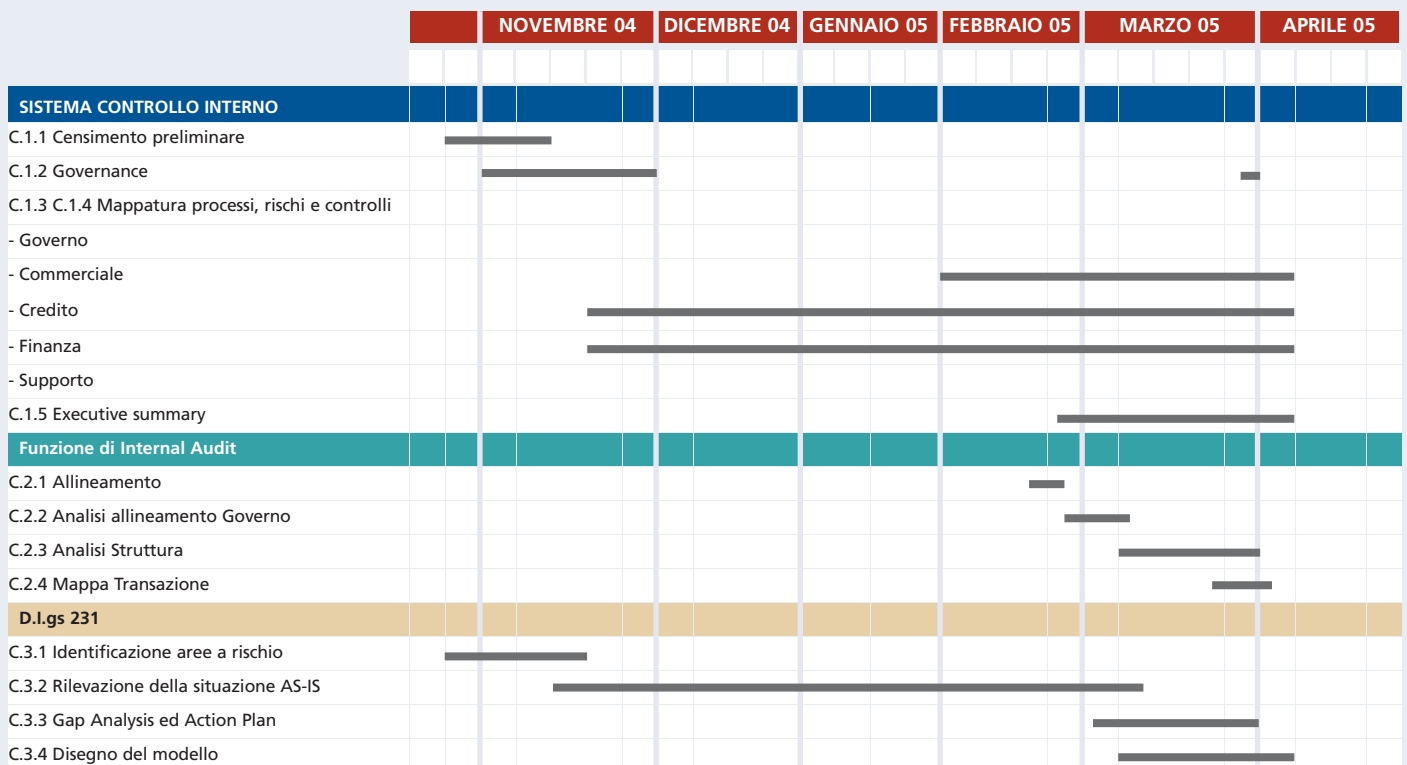
Il governo complessivo del Gruppo è assicurato dalle 12 aree di staff e di line, responsabili o referenti – in funzione del diverso grado di accentramento decisionale ed operativo – dei

diversi processi della gestione. Le 6 aree in staff all'Amministratore delegato concorrono al governo del Gruppo con compiti prevalentemente di consulenza specialistica e di orientamento e coordinamento delle società del Gruppo. Le 6 aree di line rispondono alla Direzione generale e sovrintendono alle attività di supporto (sviluppo e mantenimento della "macchina operativa" aziendale e di Gruppo) e di business (processi finanziari, creditizi e commerciali) assicurando anche la coerenza delle iniziative assunte dalle singole componenti societarie.

Il senso di responsabilità che orienta tutta l'azione di governo si esprime in alcune scelte particolarmente significative:

- la creazione dell'Area Risk Management a presidio della corretta individuazione e gestione dei rischi e dell'Area sviluppo strategico e integrazione la cui missione è garantire al Gruppo capacità di innovazione e di realizzazione delle sinergie;
- il ricorso alle migliori professionalità presenti sul mercato, a supporto delle attività progettuali più rilevanti;
- la particolare attenzione dedicata al Sistema dei Controlli Interni e alla funzione di Internal

Progetti sulla corporate governance



Auditing, elementi chiave per la qualità del sistema di governance.

Nel 2004 abbiamo assunto alcune iniziative importanti:

- l'istituzione di un rapporto funzionale diretto dell'Area auditing al Consiglio di amministrazione, per il tramite del Comitato per il controllo interno;
- l'affidamento di due incarichi a una primaria società di consulenza per la valutazione indipendente e oggettiva della Funzione di Internal auditing e del Sistema dei controlli interni;
- l'affidamento di un incarico alla stessa società di consulenza per una verifica indipendente del nostro modello organizzativo rispetto alle previsioni del D.Lgs. 231/01 (responsabilità amministrativa degli enti per i reati commessi da propri esponenti).

I tre progetti di verifica del nostro modello organizzativo e del connesso sistema dei controlli interni sono strettamente correlati e hanno come riferimento le best practice riconosciute a livello internazionale e in particolare le indicazioni elaborate dal Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission*

I criteri della corporate governance

Trasparenza	Chiarezza dei meccanismi di governo e di controllo attraverso la piena comprensibilità delle modalità e dei percorsi di assunzione delle scelte strategiche e gestionali e delle decisioni operative.
Funzionalità	Attitudine degli organi e delle regole di governo ad assicurare che l'attività di gestione e di controllo si sviluppino in modo consapevole e adeguato al perseguimento degli obiettivi aziendali.
Affidabilità	Capacità di garantire nel tempo la qualità delle attività di gestione e di controllo in rapporto alle varie tipologie di rischi interni ed esterni che su queste possono incidere, nel rispetto dei più alti standard nazionali ed internazionali.
Compliance	Garanzia che le modalità e gli effetti della gestione rispettino non solo le norme di legge e regolamentari poste dalle autorità pubbliche e private di controllo del mercato, ma anche le regole di comportamento volontariamente assunte dall'impresa in funzione del proprio orientamento etico.

I valori che ci guidano



Fiducia

Mettere a disposizione degli altri la propria esperienza e professionalità con spirito di servizio, forti di una radicata **fiducia in se stessi**, nei colleghi e nell'azienda.

Esercitare coraggio e volontà costruttiva nei confronti delle persone e degli eventi, attraverso rapporti interpersonali improntati a equità e trasparenza.

La Capogruppo

BPU Banca è il soggetto strategico unificante, che garantisce la coesione del Gruppo assicurando e salvaguardando continuamente la conservazione dei valori e delle culture delle singole realtà.

Nasce dalla fusione delle tre banche cooperative Banca Popolare di Bergamo-Credito Varesino, Banca Popolare Commercio e Industria e Banca Popolare di Luino e Varese, dopo il conferimento delle rispettive reti di sportelli alle nuove società per azioni appositamente costituite. Ha sede legale e amministrativa a Bergamo ed è contemporaneamente capogruppo e banca commerciale tramite i due sportelli di Bergamo e di Milano dedicati in particolare alla clientela istituzionale.

Ha un organico di 1.960 persone, che rappresenta il 13,4% delle risorse umane del Gruppo.

In qualità di capogruppo persegue una triplice missione:

- **indirizzo, coordinamento e controllo** – defi-

nisce e monitora le strategie di sviluppo aziendale e gli obiettivi strategici di ciascuna società del Gruppo nel rispetto delle autonomie decisionali e operative stabilite; presidia le diverse componenti di rischio originate nelle aree di attività del Gruppo;

- **presidio delle funzioni di business** – attraverso le Direzioni di Mercato dell'Area commerciale garantisce la coerenza delle iniziative di business sovrintendendo allo sviluppo e alla gestione delle politiche commerciali e della gamma dei prodotti offerti e gestisce gli strumenti di Customer Relationship Management"; attraverso l'Area Finanza gestisce in modo accentrato la finanza del Gruppo; attraverso l'Area Crediti presidia in modo unitario le politiche creditizie;
- **fornitura dei servizi di supporto** – accentra in 5 poli territoriali (Bergamo, Milano, Varese, Jesi e Cosenza) le funzioni di supporto per servizi al Gruppo, principalmente nelle aree dell'organizzazione, dei sistemi informativi, dei back office, della logistica e degli acquisti, ottimizzandone i costi operativi e allineando il livello di servizio ai migliori standard di settore.

Il modello organizzativo federale



Le Banche rete e la SIM di promotori

Nelle banche del Gruppo è enfatizzato il ruolo di reti distributive: il loro obiettivo primario è la valorizzazione dei legami territoriali sviluppati nel tempo, tutelando i tradizionali rapporti tra banca e cliente. In ogni regione siamo presenti con banche che lì sono nate e si sono sviluppate aprendo via via nuovi sportelli o integrando altre realtà locali fino a raggiungere, nelle province di origine, quote di sportelli particolarmente importanti.

Le nostre filiali non sono concentrate in pochi grandi centri, ma sono diffuse capillarmente sul territorio in quasi 800 comuni, per un totale di oltre 22 milioni di abitanti. Si tratta in gran parte piccoli centri nei quali, con una media di uno sportello ogni 5.000 abitanti, siamo spesso banca di riferimento della comunità.

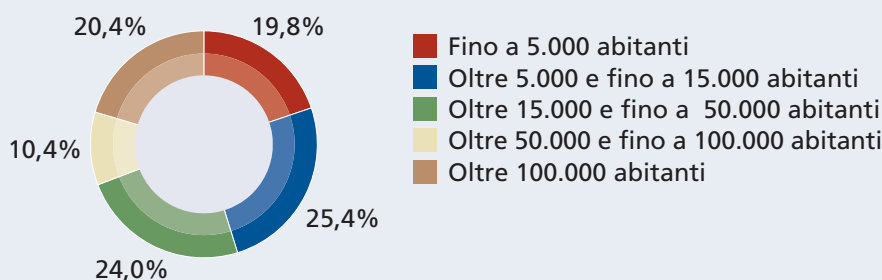
In coerenza con la nostra missione di radicamento territoriale, non prevediamo tanto di estendere la nostra presenza in nuove aree – dove peraltro possiamo affidarci ad altre strutture “leggere” di gruppo come gli uffici dei promotori finanziari o le agenzie delle compagnie di assicurazione e dei nostri partner commerciali – quanto piuttosto di proseguire nella copertura “a maglie strette” dei nostri territori di riferimento, con una presenza significativa connotata da una forte identità e da elevati standard di qualità.

Un forte polo lombardo, con quote di mercato importanti nelle province di Varese e di Bergamo

Banca Popolare di Bergamo

La nuova società per azioni - detenuta al 100% dalla Capogruppo - nasce il 1° luglio 2003 e raccoglie l'eredità e la rete degli sportelli della società cooperativa Banca Popolare di Bergamo-Credito Varesino. Una banca storica che, costituita nel 1869 come Banca Mutua Popolare di Bergamo, nel 1992 assume questa denominazione con l'incorporazione del Credito Varesino (banca fondata nel 1898) e diventa la prima banca popolare quotata al listino principale della Borsa Valori di Milano. La sua è una storia di successi, crescita ed espansione senza sosta. Una storia che la vede anche anticipare tendenze di mercato, come accade a cavallo tra gli anni '80 e '90 con l'ingresso nel settore assicurativo mediante BPB Assicurazioni e BPB Assicurazioni Vita e in quello del leasing con BPB Leasing (oggi BPU Leasing). Con l'acquisizione di Banca Popolare di Ancona e di Banca Brignone (successivamente incorporata) nel 1996 nasce il Gruppo Banca Popolare di Bergamo-CV, un gruppo polifunzionale le cui aree di business vanno dal private banking con la svizzera Banque de Dépôts et de Gestion (1994) alla corporate finance con Centrobanca (2000), alla promozione e all'intermediazione finanziaria con BPB SIM (oggi BPU SIM), all'asset management con BPB Prumerica Global Investments SGR (oggi BPU

Distribuzione delle filiali per classi dimensionali dei comuni



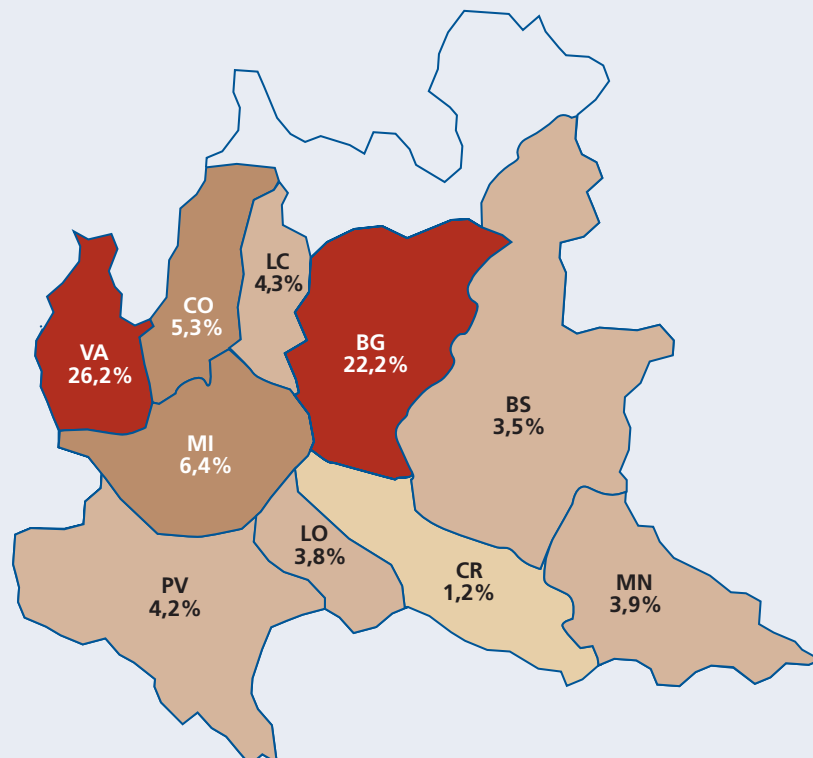
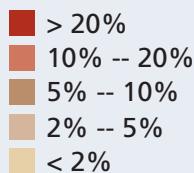
Pramerica SGR) costituita in joint venture con il colosso finanziario statunitense Prudential International Investments Corporation.

Banca Popolare Commercio e Industria

Costituita il 1° luglio 2003 e detenuta per l'83,36% da BPU Banca e per la restante parte da Commercial Union Vita, la banca rinnova la tradizione di due società cooperative: la Banca Popolare Commercio e Industria e la Banca Popolare di Luino e Varese (importante realtà locale nata nel 1885) che le hanno conferito le loro reti di sportelli. Milanese, classe 1888, la Banca Popolare Commercio e Industria nasce per iniziativa di 77 industriali e commercianti del settore serico, con il nome di Società Anonima Cooperativa per la Stagionatura e l'Assaggio delle Sete e Affini, per fornire servizi relativi alla commer-

cializzazione della seta. Successivamente amplia la propria attività originaria con nuovi prodotti di carattere finanziario e nel '41 diviene a tutti gli effetti istituto di credito ordinario operante a breve termine e si inserisce nel quadro di quel movimento cooperativo di credito popolare che tanto contribuisce allo sviluppo economico e sociale delle operose realtà locali. Dal '51, anno in cui assume l'attuale denominazione, la banca inizia una storia di acquisizioni e incorporazioni che porta alla nascita del Gruppo Bancario Banca Popolare Commercio e Industria, avvenuta nel 1996 con l'acquisizione del controllo della Banca Popolare di Luino e Varese. Nel 1998 il Gruppo potenzia l'attività di corporate finance e di international private banking con la costituzione di Banca Popolare Commercio e Industria International in Lussemburgo. L'acquisto del pacchetto di controllo di Banca Carime nel 2001 costituisce un determinante salto dimensionale e di espansione territoriale.

Quote di mercato sportelli al 30 settembre 2004



BANCA POPOLARE DI BERGAMO

GRUPPO BPU <> banca

- 3.782 dipendenti
- 1,1 milioni di clienti
- 18,2 miliardi di euro di raccolta
- 17,8 miliardi di euro di impieghi

Banca Popolare Commercio e Industria

GRUPPO BPU <> banca

- 2.252 dipendenti
- 380.800 clienti
- 6,9 miliardi di euro di raccolta
- 8,2 miliardi di euro di impieghi

Un'importante presenza lungo tutta la dorsale adriatica e in provincia di Napoli

Banca Popolare di Ancona

Nata nel 1891 con la denominazione di Banca Cooperativa di Jesi per iniziativa di 32 cittadini appartenenti alle più varie categorie professionali, del commercio e dell'artigianato, accompagna dapprima il fiorire della "piccola Milano delle Marche" e cresce poi nel tempo, sempre fedele alla sua missione di supporto allo sviluppo delle economie locali, con la fusione o l'incorporazione di numerose altre banche popolari e cooperative marchigiane e campane. Nel 1995, anticipando il periodo di aggregazione del sistema bancario, si trasforma in società per azioni ed entra a far parte del Gruppo Banca Popolare di Bergamo-CV. Può così disporre delle

ingenti risorse necessarie per continuare efficacemente nella politica di sviluppo del Centro-Sud, coniugando il forte radicamento territoriale con le opportunità offerte dai mezzi del Gruppo. Successivamente acquisisce il controllo di Banca Popolare di Todi e Cassa di Risparmio di Fano. Ultimo atto della sua espansione è l'acquisto di 10 sportelli in provincia di Napoli da San Paolo IMI nel 2002. Oggi è detenuta per il 94,68% dalla Capogruppo e per la restante parte da azionisti locali.

Cassa di risparmio di Fano

La banca viene costituita nel 1843 da 62 cittadini su esortazione del Gonfaloniere della Comunità di Fano e con la Sovrana approvazione del regolamento da parte di Papa Gregorio XVI. In continua e talora rapida espansione, nel 1992 in attuazione

Quote di mercato sportelli al 30 settembre 2004

 **Banca Popolare di Ancona**
GRUPPO BPU <banca

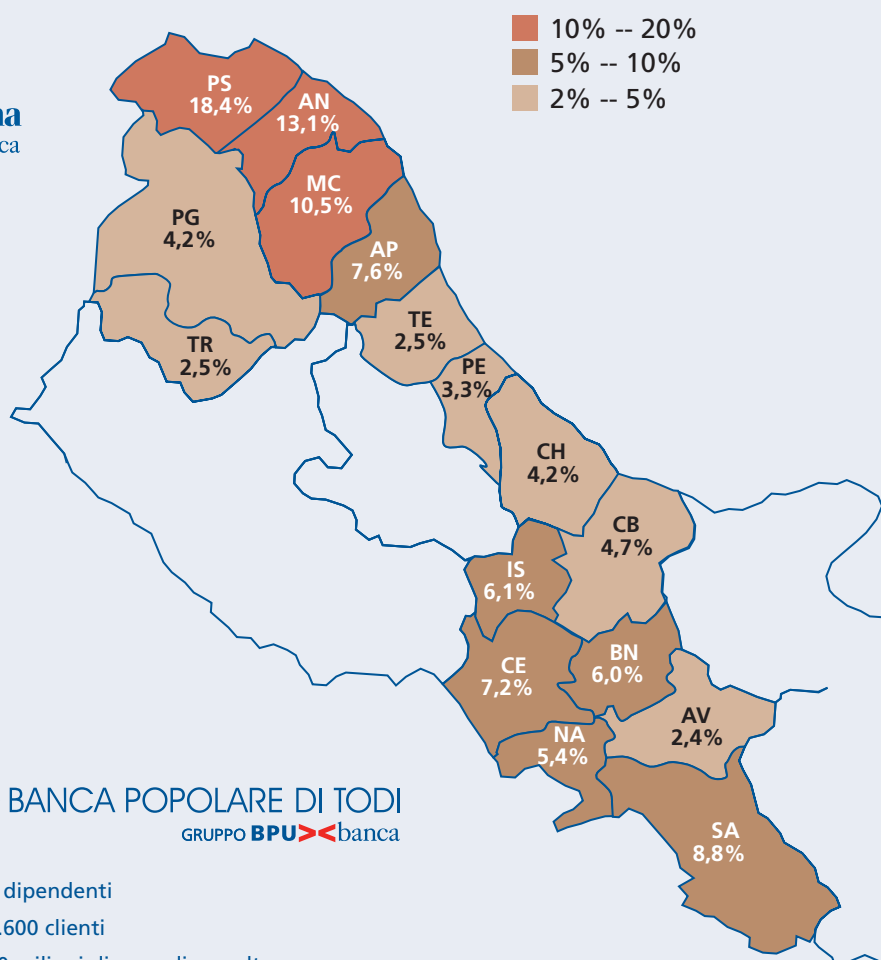
- 1.696 dipendenti
- 437.900 clienti
- 5,7 miliardi di euro di raccolta
- 5,5 miliardi di euro di impieghi

 **CARIFANO**
GRUPPO BPU <banca

- 327 dipendenti
- 68.600 clienti
- 1 miliardo di euro di raccolta
- 1 miliardo di euro di impieghi

 **BANCA POPOLARE DI TODI**
GRUPPO BPU <banca

- 84 dipendenti
- 21.600 clienti
- 300 milioni di euro di raccolta
- 295 milioni di euro di impieghi



della Legge Amato dà vita a due entità distinte: la Fondazione Cassa di Risparmio di Fano, che persegue finalità di interesse pubblico e utilità sociale, e la Carifano spa, della quale la fondazione è originariamente unico azionista. La Banca intraprende presto un percorso di privatizzazione e nel 1997 viene acquisita dalla Banca Popolare di Ancona (che ne detiene oggi il 99,92%), con la quale condivide la missione di radicamento del Gruppo Banca Popolare di Bergamo-CV nel centro Italia.

Banca Popolare di Todi

Dal lontano 1882, anno della sua costituzione, vive una costante crescita in sintonia con il proprio territorio di riferimento nelle province dell'Umbria, rinnovandosi continuamente fino a trasformarsi in società per azioni nel 1996 per entrare nel Gruppo Banca Popolare di Bergamo-

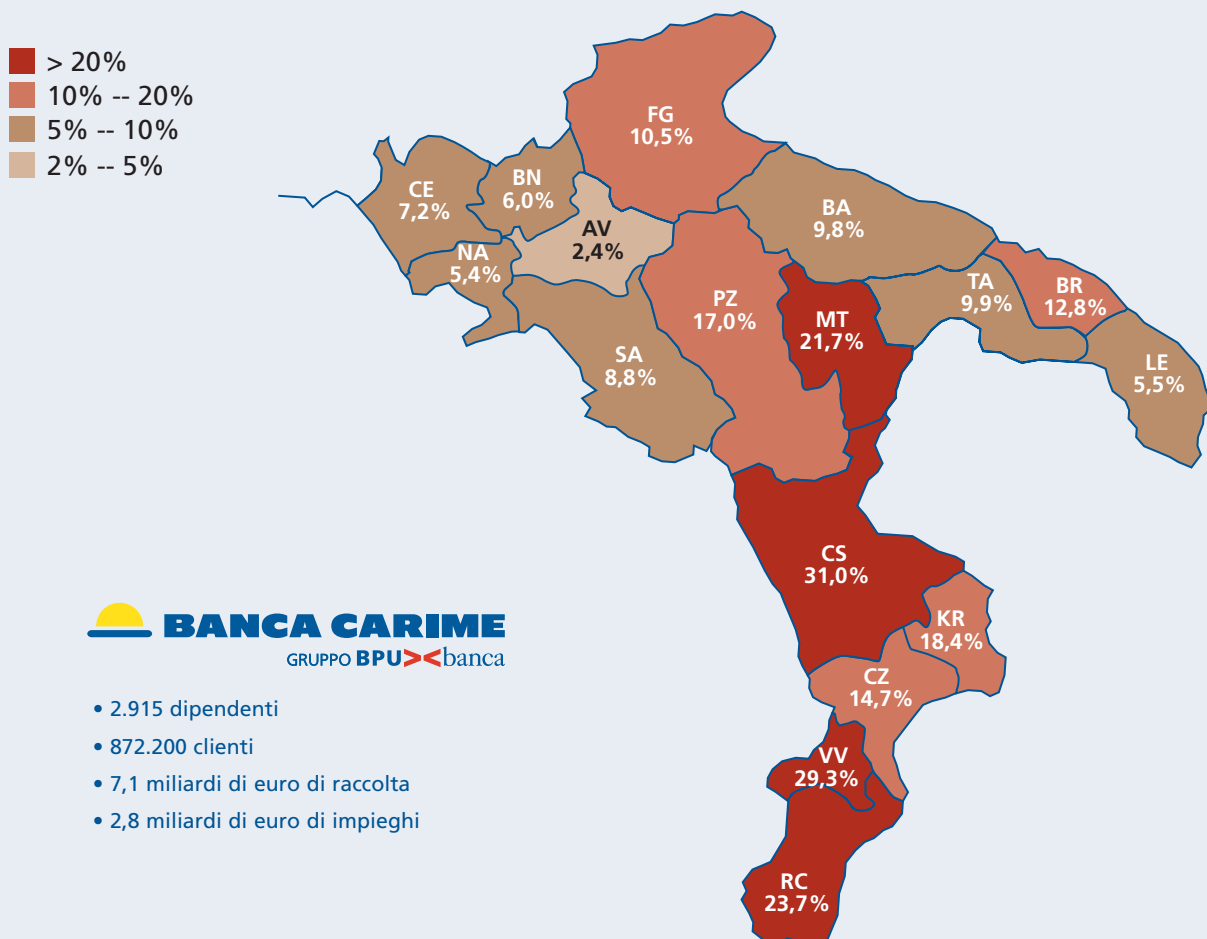
CV sotto il controllo della Banca Popolare di Ancona (che oggi ne detiene il 98,09%). La scelta risolve nel migliore dei modi la necessità di coniugare politica localista ed efficienza, per continuare a proporsi come uno dei più validi punti di riferimento del tessuto economico e sociale del territorio.

Una capillare presenza al Sud

Banca Carime

Affonda le sue radici nella storia dell'Unità d'Italia: nasce dalla fusione di tre banche - Cassa di Risparmio di Calabria e Lucania (Carical) fondata a Cosenza nel 1861, Cassa di Risparmio di Puglia fondata a Bari nel 1949 e Cassa di Risparmio Salernitana fondata a Salerno nel 1956 - appartenenti al Gruppo

Quote di mercato sportelli al 30 settembre 2004



Cariplo e successivamente confluite nel Gruppo Intesa; vive importanti tappe di integrazione e riorganizzazione fino all'ingresso nel Gruppo BPCI nel 2001 e di qui nel nuovo Gruppo BPU, partecipata per il 60,67% dalla Capogruppo, per il 25,12% da Deutsche Bank (con usufrutto a favore di Banca Intesa), per il 14,15% da Commercial Union Vita e per la restante parte da 299 azionisti privati. È oggi la banca rete destinata a presidiare il meridione d'Italia attraverso un costante processo di crescita e consolidamento delle proprie posizioni. Il meridione è una realtà socio-economica molto variegata e Carime, radicata in aree strutturalmente diverse e forte di una presenza importante in molte province, è pronta a cogliere e stimolare gli specifici potenziali di sviluppo di ogni area, accrescendo in maniera selettiva gli impieghi del gruppo e diffondendo gli strumenti del credito agevolato previsti dallo Stato e dalla Comunità Europea.

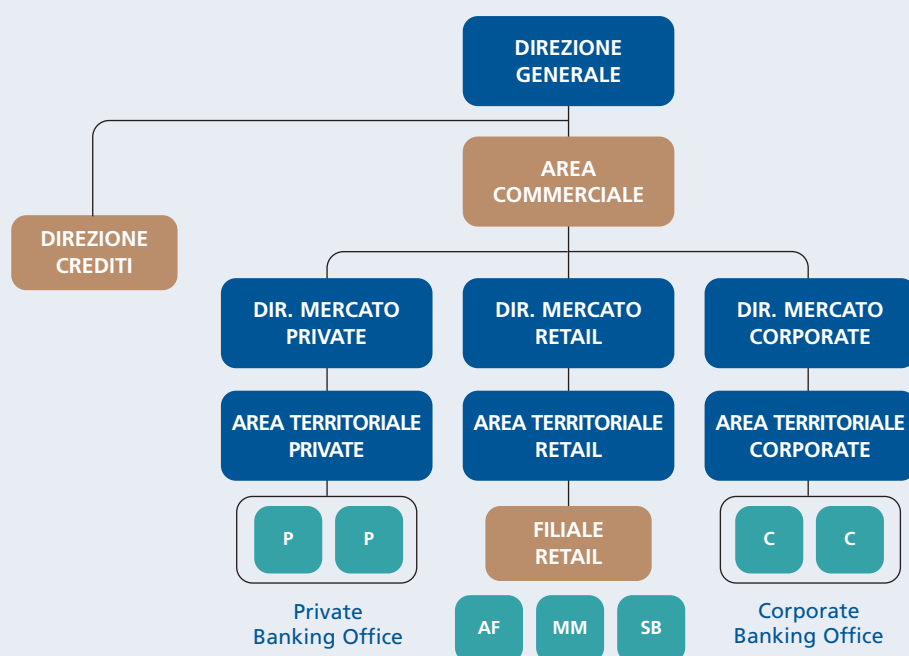
Il nuovo assetto distributivo

Il nuovo assetto distributivo è un progetto strategico abbinato al programma Master (Migliorare l'Approccio, gli Skill, le Tecnologie, le Esperienze e le Relazioni), un percorso di sviluppo delle potenzialità di gestione delle relazioni delle nostre banche rete finalizzato al miglioramento della soddisfazione della clientela attraverso un servizio sempre più mirato e qualificato.

Consiste nella segmentazione della clientela in tre macro-segmenti (Retail*, Private* e Corporate*) e nella coerente riorganizzazione della struttura commerciale delle Banche rete in altrettante divisioni (mercati). Ogni mercato dispone di una propria struttura fisica di rete articolata in aree territoriali.

Perno del nuovo assetto distributivo rimangono le filiali, che servono il mercato Retail e rappresentano i principali punti di contatto con la clientela,

Struttura distributiva delle Banche rete



- P = gestori Private
- AF = gestori Affluent
- MM = gestori Mass Market
- SB = gestori Small Business
- C = gestori Corporate

dando la misura dell'importanza, ampiezza e capillarità della presenza territoriale della Banca. Le filiali forniscono il supporto operativo a tutta la clientela della Banca e accolgono, in specifici "corner", anche una parte degli uffici dei gestori Private (Private Banking Office) e Corporate (Corporate

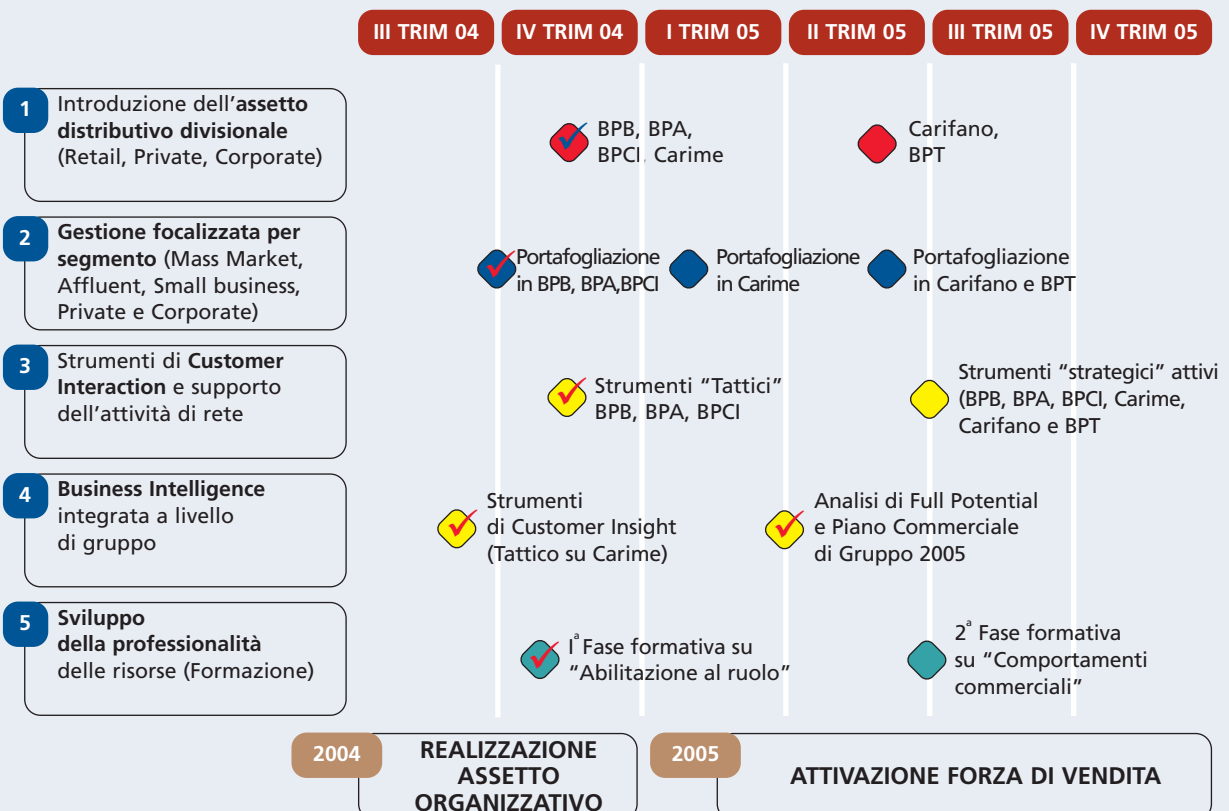
Banking Office), oltre che una parte dei promotori finanziari di BPU SIM.

All'interno di ogni mercato la clientela è ulteriormente suddivisa in segmenti il più possibile omogenei quanto a comportamenti ed esigenze economi-

La presenza sul territorio delle Banche rete



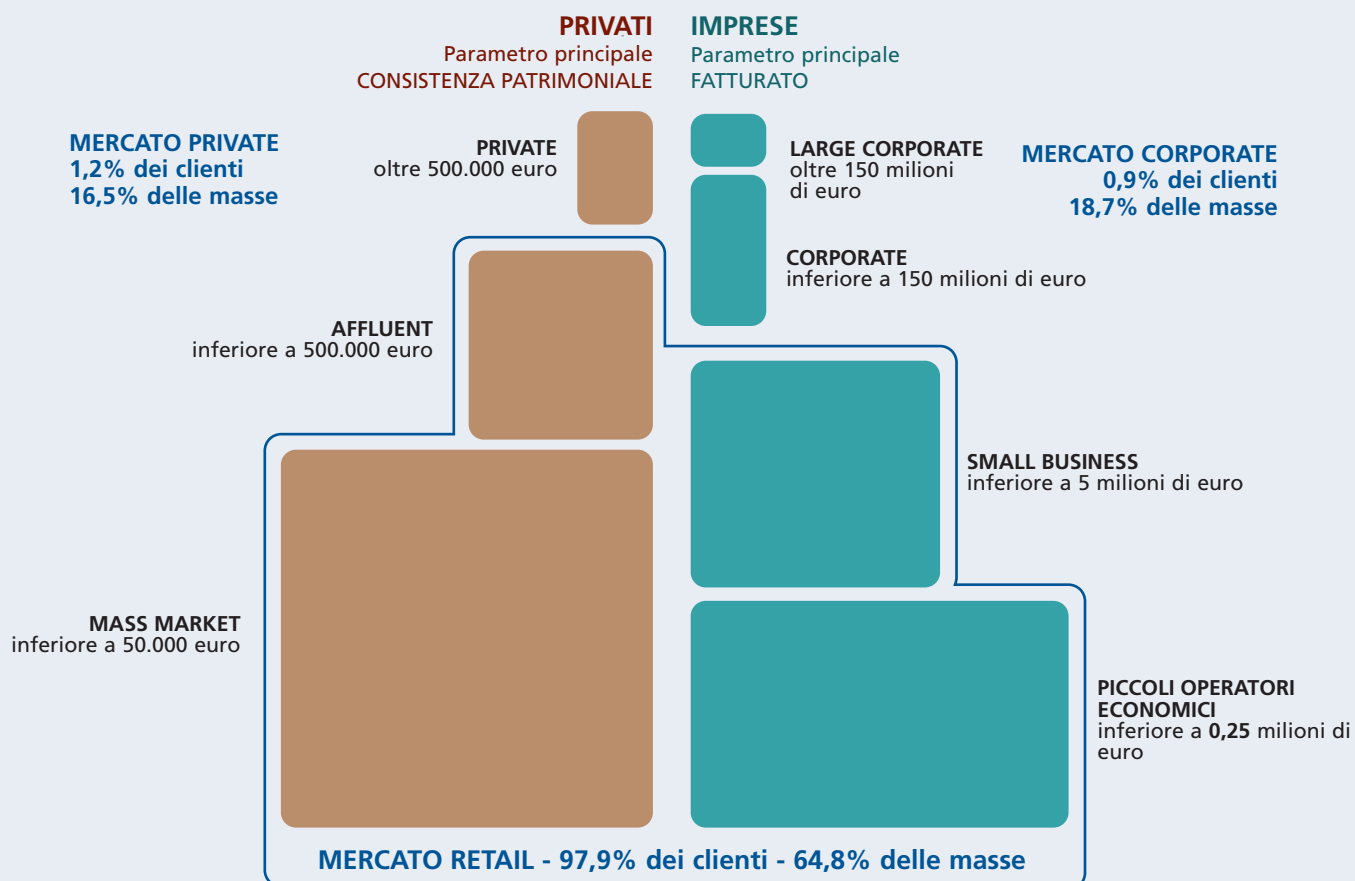
I tempi di realizzazione del nuovo assetto distributivo



co-finanziarie, con criteri univoci per tutte le banche del Gruppo. I clienti appartenenti ai diversi segmenti sono inseriti in portafogli assegnati a gestori dedicati. Questi, attraverso ruoli specifici individuati a livello di Aree territoriali (Coordinatori™) e di Direzioni mercato (Supervisor™):

- recepiscono le iniziative commerciali dalla Capogruppo e ricevono assistenza e supporto qualificati nel collocamento dei nuovi prodotti o dei prodotti più complessi;
- trasmettono informazioni sull'andamento delle iniziative e riportano le esigenze espresse dalla clientela.

Composizione dei Mercati



I 5 pilastri del programma Master

Segmentazione della clientela	>	uniformità di indirizzo commerciale e delle politiche di sviluppo per segmento di clientela
Assetto distributivo per segmento	>	strutture distributive focalizzate e specializzazione dell'azione commerciale sul segmento di riferimento
Competenze distintive	>	programmi di sviluppo professionale e di formazione coerenti al proprio sentiero di crescita professionale
Piattaforma strumenti di CRM	>	strumentazione di supporto per l'analisi delle caratteristiche della clientela e per l'individuazione dell'offerta appropriata
Modello di offerta	>	processi di sviluppo dei prodotti e di classificazione del rischio coordinati e "certificati" a livello di Gruppo

L'integrazione dei promotori finanziari

BPU SIM

BPU SIM è la nostra rete di promotori finanziari, che lavora in stretta sinergia con le reti degli sportelli bancari. È una società giovane e dinamica, costituita nel 2000 nell'ambito dell'allora Gruppo Banca Popolare di Bergamo-CV per accrescerne le potenzialità commerciali, oggi interamente posseduta dalla Capogruppo. La sua attività di collocamento di prodotti bancari, finanziari, assicurativi e previdenziali è cresciuta in maniera esponenziale negli anni, nonostante le difficili condizioni che hanno caratterizzato lo scenario economico ed i mercati finanziari. Oggi i promotori di BPU SIM accolgono la clientela in aree dedicate presso le filiali del Gruppo, sedi abituali del rapporto tra banca e cliente. Al rapporto questa integrazione, che rappresenta una novità nel

panorama finanziario italiano, aggiunge nuovo valore: il promotore finanziario nella filiale valorizza il rapporto fiduciario tra il cliente e la sua banca, nell'attività esterna aggiunge alla relazione il valore della comodità e della flessibilità, offrendo nuove occasioni di incontro anche al di fuori dei normali luoghi e orari di lavoro.

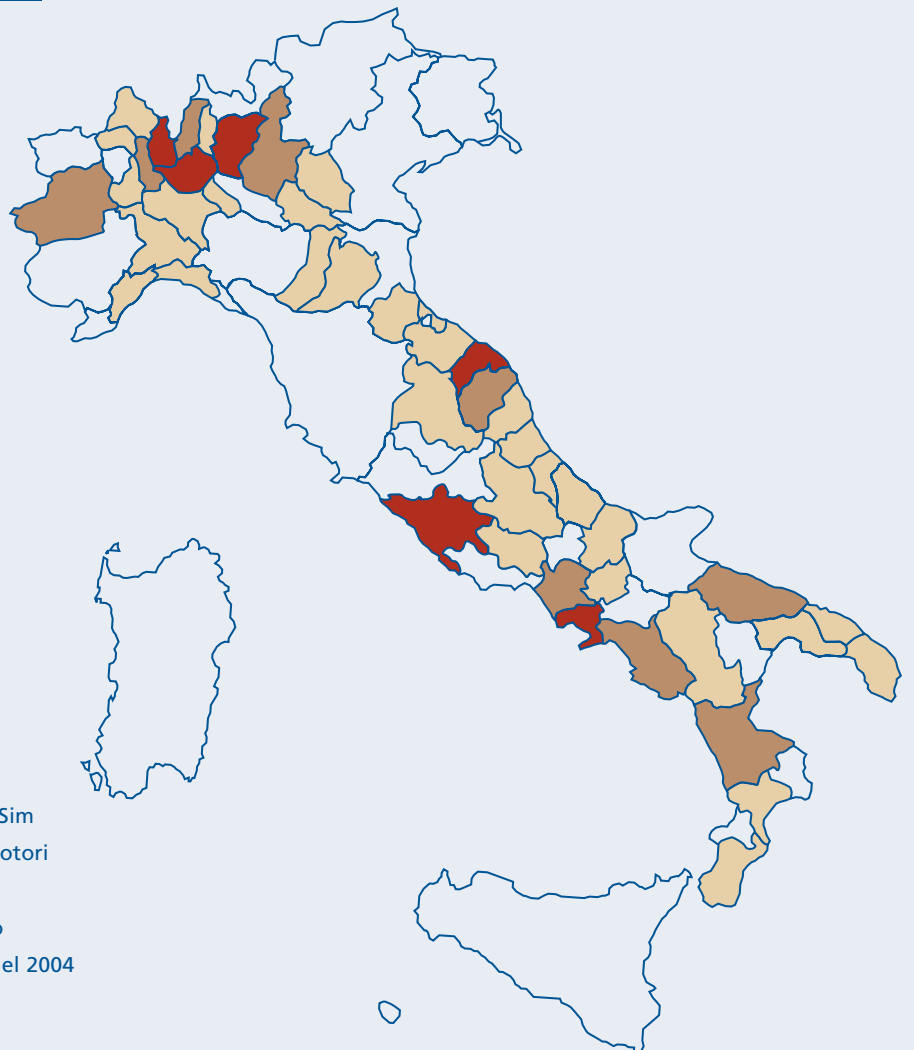
L'integrazione dei canali diretti

Parallela alla rete territoriale delle banche e della SIM di promotori corre la rete dei punti di contatto diretto che, sfruttando le nuove tecnologie, elimina ogni barriera di spazio e di tempo e consente ai nostri clienti di "entrare in banca" in ogni momento ovunque si trovino, con grande vantaggio reciproco in termini di efficienza ed economicità delle operazioni.

I servizi, che già da tempo le banche dei due grup-

Distribuzione dei promotori finanziari

- Oltre 20
- da 6 a 20
- da 1 a 5



BPU <sim
BANCHE POPOLARI UNITE

- 40 dipendenti
- 414 promotori finanziari di cui:
 - 47 in filiali delle Banche
 - 197 in negozi finanziari di BPU Sim
 - 170 in uffici finanziari dei promotori
- 30.000 clienti
- 1 miliardo di euro di patrimonio gestito
- 388,5 milioni di euro di raccolta netta nel 2004

pi di origine offrivano, sono stati integrati e omogeneizzati in seguito all'unificazione del sistema informativo di gruppo, potenziando in tal modo l'offerta complessiva e permettendoci di configurarci oggi come vera e propria banca multicanale.

L'home banking»

Sfiorano la cifra di 130.000 i nostri clienti (+12% rispetto a fine 2003) che hanno scelto Lineattiva Calling per comunicare con la loro banca con la comodità di una semplice telefonata: utilizzare i sistemi di risposta automatica e l'assistenza degli operatori qualificati dei nostri numeri verdi è un modo sicuro ed economico per avere informazioni sui propri rapporti, sulle quotazioni di Borsa e sui prodotti e servizi offerti dalla banca, ma anche per effettuare disposizioni di pagamento, ricariche telefoniche e compravendite di titoli.

L'attività dispositiva si orienta invece sempre più verso il canale Internet. Con oltre 81.500 utenti (+16,1% rispetto al 2003), cresce infatti costantemente il peso di **Lineattiva Banking**, il servizio che permette di ricevere informazioni qualificate sui mercati finanziari, di disporre operazioni di pagamento e di negoziazione titoli e di ottenere rendicontazioni sulla propria posizione direttamente dal proprio personal computer. Chi non ha un computer o ha bisogno di assistenza iniziale nell'utilizzo delle procedure può utilizzare **Lineattiva ATM Web**, punti di accesso pubblici per l'home banking installati in alcune delle principali filiali e utilizzabili autonomamente o sotto la guida di personale preparato.

Il corporate banking»

Alla clientela aziendale sono dedicati il **Remote Banking»** e l'**Internet Banking Levis**, strumenti

I numeri di Lineattiva Calling

- 416.600 accessi al risponditore automatico (+24,1% rispetto al 2003)
- 117.600 telefonate ad operatore (-18,33% rispetto al 2003)

Per la semplicità e l'immediatezza di utilizzo la preferenza va sempre più ai sistemi automatizzati e alle attività di tipo informativo.

I numeri di Lineattiva Banking

- 3,4 milioni di accessi (+ 30,8% rispetto al 2003)
- 7,6 milioni di rendicontazioni (+26,1% rispetto al 2003)
- 334.500 operazioni dispositive per bonifici e pagamenti (+66,1% rispetto al 2003)

telematici del sistema CBI* Multibanca (Corporate Banking Interbancario), che consentono di gestire a distanza i rapporti con tutte le proprie banche per finalità sia informative che dispositive. Questi servizi offrono notevoli benefici in termini di tempestività informativa su incassi e pagamenti, con conseguenti miglioramenti nella gestione delle disponibilità di cassa, oltre che potenziali recuperi di efficienza amministrativa interna, grazie all'integrabilità fra sistemi interni e sistemi interbancari. A fine 2004 il numero dei contratti stipulati per i due canali risultava superiore a 18.800 (+19% rispetto a fine 2003) per un totale di circa 60 mila aziende clienti del Gruppo BPU utilizzatori dei servizi CBI Multibanca.

Il portale internet del Gruppo www.bpubanca.it

Non solo i nostri clienti, ma chiunque voglia conoscere il nostro Gruppo può accedere al nostro nuovo portale: vi si trovano bilanci, presentazioni ufficiali, comunicati stampa, informazioni sul titolo BPU, approfondimenti sulla struttura, la strategia e l'impegno sociale del Gruppo. Da qui si accede anche ai siti delle singole Banche, nei quali si trovano tutte le informazioni sui loro prodotti e servizi per i privati e per le imprese e sul loro impegno sociale a favore del territorio.

È un segno di attenzione verso la "comunità virtuale", ancora più utile per i navigatori che decidono di registrarsi gratuitamente (attualmente 5.200). Per loro mettiamo a disposizione l'informativa

finanziaria di Xplane realizzata dal Sole24ore per il nostro portale:

- dati e informazioni su azioni e indici, italiani ed esteri;
- fondi, reddito fisso, cambi e preziosi (ritardo minimo di 20 minuti);
- notizie economico finanziarie;
- analisi tecnica;
- listino personale;
- simulazioni di portafoglio e altro ancora.

I numeri del Corporate Banking

Oltre il 65% degli incassi effettuati dalle aziende clienti del Gruppo sono stati eseguiti tramite il CBI:

- 4,6 milioni pagamenti (+ 22,2% rispetto al 2003) per 26,7 miliardi di euro (+30,9%)
- 19,3 milioni di incassi (+10,5% rispetto al 2003) per 24,6 miliardi di euro (+5,2% rispetto al 2003)

N.B.

I dati di BPCI e di CARIME riguardano solo il periodo successivo alla migrazione sul sistema informativo di Gruppo.

I numeri del Portale Internet

- 1 milione di visitatori
- 5,5 milioni di pagine interrogate

Le Banche specializzate e le "Fabbriche" finanziarie

Le nostre reti distributive possono contare in maniera omogenea e integrata sul supporto di società specializzate, bancarie e non bancarie, che garantiscono un'offerta commerciale ampia e innovativa. Riduciamo così anche il ricorso a fornitori esterni, a tutto vantaggio dei margini di redditività del Gruppo.

Centrobanca La banca per l'impresa

Il contesto macroeconomico e storico da cui trae origine Centrobanca è quello delle profonde trasformazioni dell'immediato secondo dopoguerra in materia di credito mobiliare, in base al principio della specializzazione. Nasce infatti a Milano il 28 maggio del 1946, per volere di alcune Banche Popolari, con la missione di assistere finanziariamente le piccole e medie imprese industriali e, in seguito, anche commerciali e offrire così un supporto completo allo sviluppo della produttività del Paese. A partire dal 1983 apre succursali nelle principali città italiane e dal 2000 entra a far parte dell'allora Gruppo Banca Popolare di Bergamo-CV. Oggi – detenuta per il 93,88% dal Gruppo e per la restante parte da altre banche popolari - prosegue la sua missione di "banca per l'impresa", quale punto di riferimento per le nostre banche reti per soddisfare le esigenze delle medie e grandi impre-

se che eccedono la gestione corrente. Attraverso le quattro divisioni in cui è strutturata - Corporate Finance, Private Equity, Credito Industriale e Mercati Finanziari – affianca alla sua attività storica di credito industriale a medio-lungo termine interventi di finanza strutturata, finanza agevolata e partecipazione al capitale di rischio, organizza e definisce operazioni di cartolarizzazione ed è in grado di offrire servizi e assistenza in materia di strategia industriale, operazioni di fusione e di acquisizione, intese operative tra imprese.

IW Bank La banca on-line

Nasce nel 1999 da Banca IMI come SIM destinata a offrire alla clientela retail servizi informativi e di accesso ai mercati, con il supporto di un ricco patrimonio di studi e analisi. Nel 2001 si trasforma in banca, con la denominazione di IMIWeb Bank, e offre tutti i servizi di "banca tradizionale" con la comodità, la sicurezza e la convenienza dell'accesso a distanza via Internet o telefono. Rilevata nel 2002 da Centrobanca che ne detiene il 51%, si focalizza sul segmento degli Heavy Trader con il rilascio di servizi avanzati; nel 2003 assume la attuale denominazione e acquisisce da Epta Consors (Gruppo San Paolo IMI) il ramo d'azienda dei servizi di trading on-line commercializzati con il marchio Eptatrading. Arriva così a occupare stabilmente i primi posti nelle graduatorie Assosim sull'operatività degli intermediari italiani e oggi è la banca italiana che colloca il maggior numero di

CENTROBANCA

la Banca per l'Impresa

GRUPPO **BPU** <banca

- 250 dipendenti
- 14.000 clienti
- 5,1 miliardi di euro di impieghi
- 4,4 miliardi di euro di raccolta
- 16 operazioni di private equity/M&A

IWBank

BANKING & TRADING



- 151 dipendenti
- 50.000 clienti
- 3° posto assoluto nella classifica Assosim sull'operatività azionaria (gennaio 2005)
- leader italiano per controvalore di operazioni nel trading on line (fonte Kpmg, settembre 2004)

fondi e Sicav (oltre mille). Ha una struttura flessibile ed efficiente, che sviluppa costantemente le piattaforme operative garantendo l'affidabilità e la sicurezza dei sistemi informatici proprietari, con i quali offre un accesso diretto in tempo reale ai principali mercati azionari, obbligazionari e dei derivati del mondo, 24 ore su 24, anche da dispositivi mobili. E, con i suoi consulenti finanziari, offre ai propri clienti l'opportunità di farsi assistere nelle scelte di investimento. Ora ha ampliato la sua attività a tutti i servizi bancari e di risparmio, diventando l'unica banca davvero on-line del panorama bancario italiano.

B@nca 24-7 Il credito al consumo

Costituita a Bergamo nel 2001 nell'ambito del Gruppo BPB-CV, B@nca 24-7 ha sviluppato strumenti informatici e telematici adatti alla gestione di servizi fortemente standardizzabili e automatizzabili, con notevoli vantaggi in termini di riduzione dei costi e dei tempi di esecuzione delle operazioni. Nel nuovo gruppo è detenuta al 100% dalla Capogruppo e ha il compito di sviluppare i comparti del credito al consumo - una forma di finanziamento diffusa negli altri paesi europei e oggi sempre più richiesta anche dalle famiglie italiane - e dei mutui casa. Nel credito al consumo sta dando soprattutto un forte impulso alla distribuzione di carte di credito tradizionali e revolving, come emittente unico per tutto il

Gruppo con un marchio omogeneo e riconoscibile, personalizzato per ogni banca rete. Nel comparto dei mutui casa potenzierà l'attività, già avviata fin dal 2002, attraverso canali specialistici e convenzioni dirette con grandi operatori immobiliari.

BPU Pramerica SGR La gestione del risparmio

BPU Pramerica è la nostra società di gestione del risparmio, nata dall'accordo con Prudential International Investments Corporation, una delle maggiori istituzioni finanziarie americane attive nel settore del risparmio gestito in tutto il mondo. È detenuta per il 65% dal nostro Gruppo e per il restante 35% dal Gruppo finanziario statunitense. A tre anni dalla nascita è in grado di offrire un'ampia gamma di prodotti, articolata in 28 fondi comuni di investimento, 11 linee di gestione di patrimoni individuali in fondi comuni e 6 in titoli, oltre a gestioni patrimoniali personalizzate per la clientela ad alto reddito e prodotti dedicati alla clientela istituzionale. Tante soluzioni di investimento con l'obiettivo di offrire a ogni cliente la migliore combinazione di protezione e redditività dell'investimento, in funzione della personale propensione al rischio. BPU Pramerica coglie i migliori frutti della globalizzazione, potendo selezionare le migliori opportunità di investimento a livello globale, grazie a team di gestori specializzati sui diversi mercati mondiali.

B@NCA 24-7

- 37 dipendenti
- 3.300 mutui ipotecari erogati nel 2004 per 385 milioni di euro
- 17.500 prestiti personali erogati nel 2004 per 172 milioni di euro
- 88.400 carte attive

BPU Pramerica

- 85 dipendenti
- 18,1 miliardi di euro di risparmio gestito
- Nel 2004 prima per raccolta netta nella classifica Assogestioni con 2,9 miliardi di euro

BPB Assicurazioni BPB Assicurazioni Vita Aviva Vita La bancassicurazione

BPB Assicurazioni (100% Bpu Banca), ha sede a Milano e attraverso gli sportelli delle Banche e le proprie agenzie offre ai clienti del Gruppo e al mercato in generale una gamma completa di prodotti assicurativi per il ramo danni (auto, casa, persona e azienda). BPB Assicurazioni Vita (100% BPU Banca) e Aviva Vita (50% BPU Banca), entrambe con sede a Milano, operano invece nel comparto vita con prodotti tradizionali sulla vita umana, con polizze a contenuto finanziario (connesse a fondi, indici o altri valori di riferimento), con polizze a capitalizzazione e con fondi pensione. Come nel risparmio gestito, anche nelle assicurazioni con Aviva Vita, che è partecipata al 50% da Commercial Union, abbiamo scelto un partner di livello internazionale per portare ai nostri clienti il valore di un'esperienza globale.

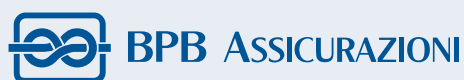
BPU leasing ed Esaleasing Il leasing

BPU Leasing a Bergamo ed Esaleasing ad Ancona sono le società del Gruppo (detenute rispettivamente al 100% e al 99,8%) specializzate nel leasing alle imprese e ai privati, con un'offerta ampia e articolata che va dal leasing immobiliare e industriale – anche agevolato – al leasing automobilistico e nautico. Coordinano l'offerta alla clientela

privata e gestiscono direttamente le operazioni più importanti e complesse richieste dalle imprese. In particolare Esaleasing è leader nella propria regione di riferimento, le Marche, dove un imprenditore su quattro si affida ad essa per programmare i propri investimenti con questo strumento, e sta acquisendo significative quote di mercato anche in altre regioni del Centro, dove operano la Banca Popolare di Ancona e le sue due controllate. Nel 2004 faceva parte del Gruppo anche ABF Leasing, detenuta per il 50% da BPU Banca, ceduta il 18 marzo 2005.

Mercato Impresa Il commercio elettronico

Il commercio elettronico è un'opportunità per le imprese, per trovare nuove vie di crescita e di sviluppo attraverso le potenzialità di Internet, ed è un'opportunità in più per la banca per proporre servizi innovativi ad alto valore aggiunto. Dal 2002 per noi e per i nostri clienti quest'opportunità si chiama Coralis, il portale (www.coralis.it) creato dalla nostra controllata Mercato Impresa sfruttando le competenze accumulate nell'utilizzo delle tecnologie informatiche. Con Coralis, raggiungere nuovi mercati, trovare nuovi clienti o nuovi fornitori, aumentare le vendite e risparmiare sui costi è più facile ed economico anche per le imprese più piccole, grazie ai market-place* generalisti o di settore, attivati anche con la collaborazione di distretti e Associazioni di catego-



AVIVA

Vita

- 208 dipendenti
- 1 miliardo di euro di premi lordi ramo vita nel 2004
- 242 milioni di euro di premi lordi ramo danni nel 2004

BPU ><leasing

Esaleasing

- 96 dipendenti
- 4.996 contratti veicoli e natanti per 177,3 milioni di euro nel 2004
- 3.443 contratti strumentali per 292,7 milioni di euro nel 2004
- 496 contratti immobiliari per 464,7 milioni di euro nel 2004

ria, ai market-place privati, che mettono in rete ogni azienda con i suoi clienti e fornitori, e alle aste dei gruppi di acquisto con operatori leader di settore. Dal secondo semestre 2004 Mercato Impresa fornisce i principali servizi non finanziari inclusi in Utilio, il conto corrente "a pacchetto" del Gruppo per gli imprenditori e i professionisti.

Il percorso di integrazione del Gruppo

L'effettiva realizzazione del modello di gruppo federale e il dispiegamento di tutte le sue potenzialità passano attraverso la completa realizzazione del MasterPlan di Integrazione, un grande sforzo progettuale per realizzare entro il 2006 tutte le sinergie di cui il nuovo Gruppo è capace. Quarantasette progetti raggruppati in sette "cantieri", ciascuno con proprie linee guida strategico-organizzative, dettagliati obiettivi economico-finanziari e piani operativi di intervento.

Se il 2003 è stato l'anno della progettazione e delle prime installazioni, il 2004 è stato l'anno dell'integrazione e della convergenza con la completa integrazione delle Aree di Governo, Finanza, Crediti e Risorse Umane, la migrazione dei sistemi informativi, la specializzazione dei poli logistici di back-office e

mercato **IMPRESA**



- 65 dipendenti
- 4.200 aziende abbonate (il 15% extra Gruppo)
- 2.200 transazioni di acquisto per 17 mln di euro
- 20 aste di acquisto per 15 mln di euro
- 1 Mercato orizzontale (Omnia)
- 5 mercati verticali (Focus Meccanica, Tessile, Ospitalità, Informatica, Edilizia)
- Expo, galleria con più di 3.000 siti aziendali

15-16 maggio 2004 (6 mesi di anticipo) MIGRAZIONE DI BANCA CARIME

- **3.500** posti di lavoro Linux (2.700 in filiale e 800 in Direzione Generale)
- **8.000** giorni uomo di attività per il travaso dei dati
- **11.000** giornate di formazione in aula
- **4.000** giornate formazione in stage presso le banche
- **22.000** giornate di affiancamento "sul campo"

27-28 novembre 2004 (oltre 6 mesi di anticipo) MIGRAZIONE DI BANCA POPOLARE COMMERCIO E INDUSTRIA

- **2.500** posti di lavoro Linux (2.000 in filiale e 500 in Direzione Generale)
- **7.500** giorni uomo di attività per il travaso dei dati
- **7.600** giornate di formazione in aula;
- **3.500** giornate di formazione in stage presso le banche
- **19.500** giornate di affiancamento "sul campo"

l'estensione dei principali accordi strategici e di partnership in essere presso i due gruppi di origine. A fine anno avevamo concluso il 44% dei progetti, che rappresenta il 72% di tutte le attività.

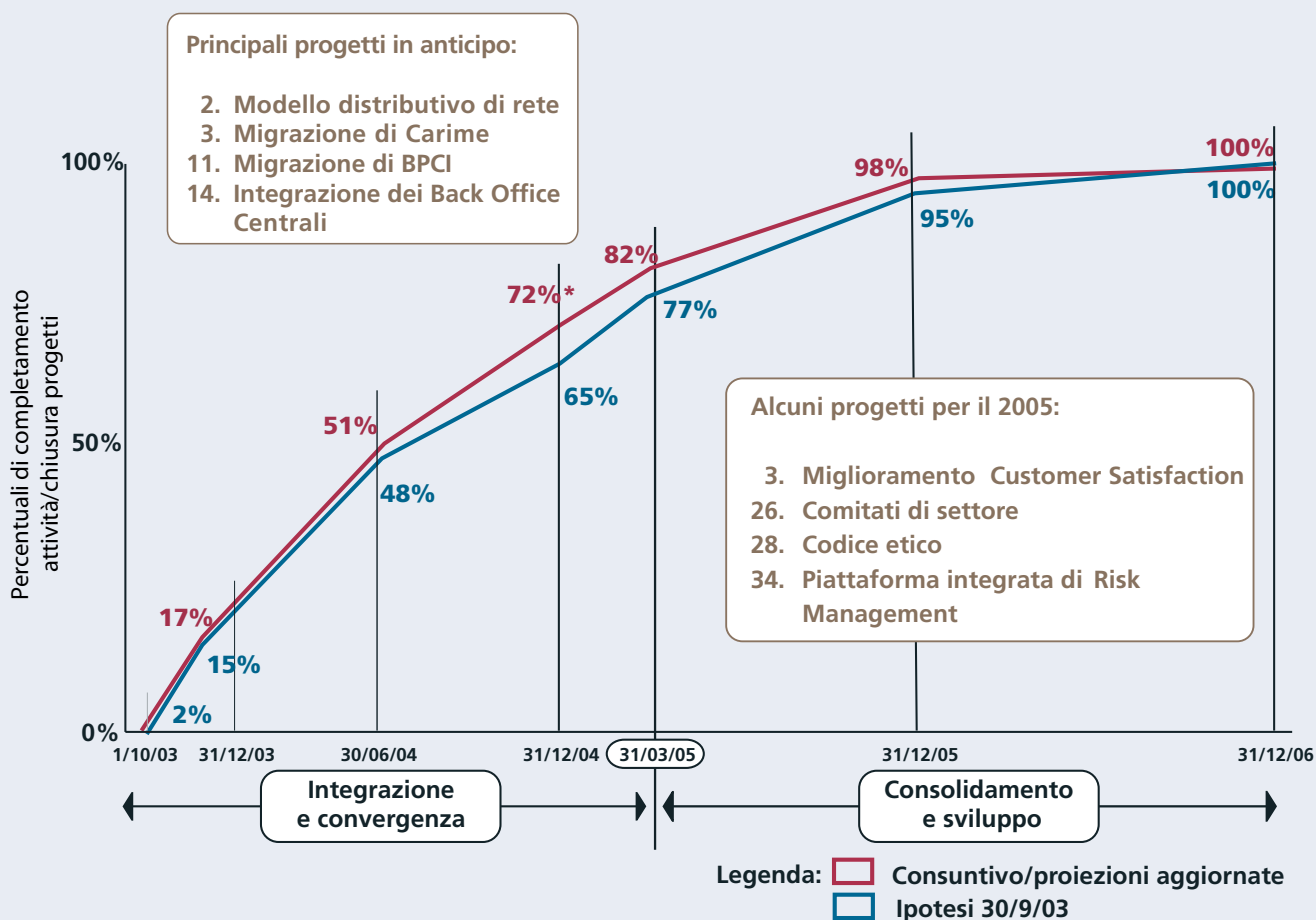
Sui progetti più importanti per la realizzazione delle sinergie di ricavo e di costo abbiamo anticipato i tempi: è il caso per esempio della realizzazione del sistema informativo unico di Gruppo, completata con la migrazione dei sistemi informativi di Banca Carime e di Banca Popolare Commercio e Industria.

Due passaggi, questi ultimi, fondamentali, attraverso i quali oggi tutte le filiali del Gruppo utilizzano gli stessi strumenti e dialogano nello stesso modo con la clientela e con le strutture interne di governo e di controllo. Due passaggi che erano il necessario presupposto per la realizzazione di altri progetti di grande rilevanza strategica, come la realizzazione del nuovo assetto distributivo divisionale per segmenti di mercato, lo sviluppo di un nuovo sistema di control-

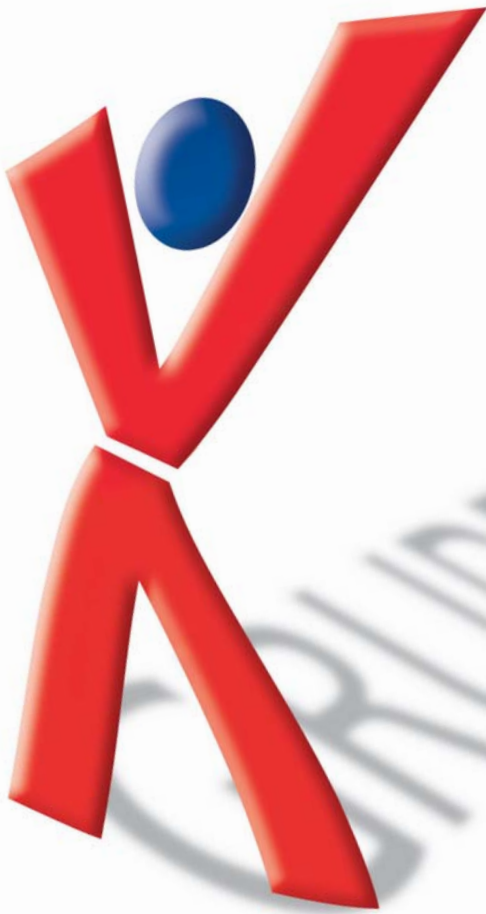
lo di gestione di Gruppo, l'accentramento in poli specifici di attività di "back-office" precedentemente svolte dai due gruppi di origine o l'evoluzione dello stesso sistema informativo, per migliorare e integrare le procedure a tutto beneficio della qualità e dei tempi di risposta alla clientela.

Il 2005 sarà l'anno del consolidamento e dello sviluppo, con il quasi totale (98%) completamento degli interventi pianificati fino al 2006.

Il percorso di integrazione del gruppo



Il “profitto aziendale”, misurato dall’utile del Bilancio consolidato, è frutto della qualità del nostro lavoro e delle nostre idee: valori che creano valore. Diventa “profitto cooperativo” nel Bilancio sociale, attraverso la distribuzione del Valore Aggiunto” a tutti coloro con i quali, a vario titolo, intratteniamo rapporti di “scambio”.



Identità

Sentire la responsabilità
di costruire giorno per giorno
un'organizzazione eccellente,
affrontando il proprio lavoro
con impegno e passione.

Agire con creatività
e spirito innovativo
nel rispetto della propria
identità, storia e tradizione.

Incoraggiare comportamenti
individuali e di squadra
che non esprimano
ostilità e prevaricazione.

I valori che ci guidano

La formazione del Valore Aggiunto[»]

Il Valore Aggiunto rappresenta la capacità del Gruppo di creare ricchezza. Emerge dalla riclassificazione del conto economico, come differenza tra la produzione e il consumo di beni e servizi, e può essere misurato a vari livelli.

Uniformandoci alle indicazioni del modello ABI di redazione del bilancio sociale per il settore del credito e alla prassi corrente, facciamo riferimento alla nozione di Valore Aggiunto Globale Lordo, che esclude i componenti straordinari e include gli ammortamenti.

Nel 2004 il Valore Aggiunto prodotto dal Gruppo è aumentato del 22,0% e sfiora i 2 miliardi di euro. È un grande risultato, che nasce dalla realizzazione delle sinergie di ricavo e di costo previste dal piano industriale attraverso:

- la qualità dell'azione delle Banche rete
- margine di interesse +3,1%;
- l'innovazione delle "Fabbriche" finanziarie
- commissioni nette +5,4% (+30% su gestioni patrimoniali, +56% su prodotti assicurativi);
- l'accelerazione del processo di integrazione
- spese amministrative -3,4% (escluso il personale).

Il risultato realizzato è riconducibile anche alla minore esigenza di rettifiche di valore (-55,8%), dopo le straordinarie appostazioni effettuate nel 2003 (svalutazioni dei Gruppi Parmalat e Parmatour e allineamento di Centrobanca ai criteri di valutazione del rischio creditizio del Gruppo).

Principali indicatori reddituali del gruppo

	31/12/2004	31/12/2003	variaz.
Margine interesse / margine intermediazione	61,46%	60,54%	+1,53%
Cost / income ¹	65,62%	66,73%	-1,66%
ROE ²	7,76%	5,65%	+37,35%

¹ Spese amministrative e rettifiche di valore su immobilizzazioni materiali e immateriali (al netto delle rettifiche su differenze positive di consolidamento e di patrimonio netto) / margine di intermediazione

² Utile dell'esercizio / patrimonio netto escluso l'utile

Calcolo del valore aggiunto

Importi in milioni di euro	GRUPPO BPU BANCA Bilancio consolidato			CAPOGRUPPO Bilancio d'esercizio		
	31-12-2004	31-12-2003	variaz.	31-12-2004	31-12-2003	variaz.
Interessi attivi e proventi assimilati	2.445,59	2.541,99	-3,8%	400,18	1.032,93	-61,3%
Commissioni attive	920,55	855,51	+7,6%	10,42	232,66	-95,5%
Altri ricavi:	222,61	252,79	-11,9%	676,83	426,66	+58,6%
• dividendi e altri proventi	10,48	17,67	-40,7%	358,38	167,61	+113,8%
• profitti da operazioni finanziarie	92,80	103,56	-10,4%	20,72	62,19	-66,7%
• altri proventi di gestione	106,09	141,57	-25,1%	297,73	196,86	+51,2%
Utili partecipazioni valutate al patrimonio netto	13,24	0,00				
TOTALE RICAVI	3.588,75	3.660,29	-2,0%	1.087,43	1.692,25	-35,7%
Interessi passivi e oneri assimilati	(928,96)	(1.056,11)	-12,0%	(444,23)	(641,75)	-30,8%
Commissioni passive	(132,00)	(107,55)	+22,7%	(15,11)	(37,34)	-59,5%
Altri oneri di gestione	(21,72)	(19,49)	+11,4%	(1,34)	(7,48)	-82,1%
Altre spese amministrative*	(359,99)	(364,26)	-1,2%	(108,37)	(138,63)	-21,8%
Rettifiche nette di valore su crediti e accantonamenti per garanzie e impegni	(203,34)	(459,61)	-55,8%	(0,62)	(67,87)	-99,1%
Accantonamenti per rischi ed oneri	(74,99)	(74,23)	+1,0%	(17,52)	(15,93)	+10,0%
Accantonamenti ai fondi rischi su crediti	0,00	(0,45)	-100,0%	0,00	(0,78)	-100,0%
Perdite partecipazioni valutate al patrimonio netto	0,00	(10,10)	-100%			
TOTALE CONSUMI	(1.721,00)	(2.091,70)	-17,7%	(587,18)	(909,78)	-35,5%
VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO	1.867,75	1.568,59	+19,1%	500,24	782,47	-36,1%
Utile (perdita) straordinario	97,54	42,10	+131,7%	59,72	(5,80)	
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	1.965,28	1.610,69	+22,0%	559,96	776,67	-27,9%
Ammortamenti	(324,53)	(304,09)	+6,7%	(110,92)	(107,81)	+2,9%
VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	1.640,75	1.306,60	+25,6%	449,04	668,86	-32,9%
Costo del lavoro	(987,24)	(996,16)	-0,9%	(176,29)	(359,71)	-51,0%
Elargizioni, liberalità e sponsorizzazioni per iniziative sociali	(4,18)	(5,03)	-16,9%	(0,40)	(1,25)	-67,6%
Imposte e tasse indirette e patrimoniali	(68,64)	(79,35)	-13,5%	(33,86)	(64,58)	-47,6%
RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE	580,70	226,06	+156,9%	238,48	243,32	-2,0%
Variazione del fondo rischi bancari generali	0,00	118,85	-100,0%	0,00	120,00	-100,0%
Imposte sul reddito d'esercizio	(262,55)	(140,54)	+86,8%	48,45	(72,30)	
Utile d'esercizio di pertinenza di terzi	(28,02)	(4,30)	+551,7			
RISULTATO D'ESERCIZIO	290,12	200,07	+45,0%	286,94	291,02	-1,4%

* Dalle altre spese amministrative (voce di bilancio 80b) sono state scorporate:

- le imposte e tasse indirette e patrimoniali e l'IVA indetraibile sugli acquisti, inserite nella apposita voce;
- le elargizioni, le liberalità e le sponsorizzazioni per iniziative sociali, inserite nella apposita voce.



I valori che ci guidano

Complementarietà

Dare valore alle differenze.

Intendere la complementarietà quale fattore di sviluppo e di competitività, favorendo un sano confronto che sia terreno di crescita culturale e professionale.

Integrare localismo e visione d'insieme, traendo arricchimento dalle molteplici esperienze presenti nel Gruppo.

La distribuzione del Valore Aggiunto

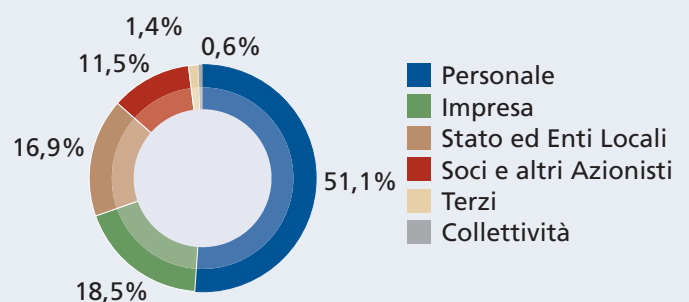
Della crescita del valore aggiunto prodotto dal Gruppo beneficia innanzitutto il Gruppo stesso, che trattiene 364,1 milioni di euro rispetto ai 159,4 del 2003, pari a una quota del 18,5% (10,1% nel 2003). La quota di competenza di terzi (1,4%) rappresenta la parte di utili prodotta dalle società controllate e distribuita ai relativi soci di minoranza.

Tra gli stakeholder si conferma preponderante la quota destinata al personale (51,1%), pari a 1.004,7 milioni di euro. Nel 2003 erano 1.008,5 milioni di euro, che rappresentavano una quota del 62,6%. I minori costi sostenuti in funzione del piano di efficientamento degli organici hanno compensato gli aumenti di costo legati all'evoluzione delle retribuzioni (promozioni, automatismi, scatti di anzianità...), agli accordi aziendali e al rinnovo del CCNL, oltre che l'aumento di 5 milioni di euro delle quote di utili destinate a previdenze e provvidenze.

Per effetto della tassazione applicata a un utile lordo più che raddoppiato (680,7 milioni di euro rispetto ai 328,7 del 2003) la quota spettante allo Stato e agli Enti locali è cresciuta dal 13,7% al 16,9% (da 219,9 a 331,2 milioni di euro), mentre con la conferma del dividendo a 0,67 euro per azione diminuisce leggermente (dal 13,3% all'11,5%) la quota distribuita ai soci e agli altri azionisti, che pure cresce in termini assoluti da 213,6 a 225,9 milioni di euro (+5,8%).

Rimane invariata in termini percentuali la quota di Valore Aggiunto destinata alla collettività, che in valore assoluto passa da 10,3 a 11,4 milioni di euro.

La distribuzione del valore aggiunto prodotto dal gruppo



Distribuzione del valore aggiunto

importi in milioni di euro	GRUPPO BPU BANCA Bilancio consolidato			CAPOGRUPPO Bilancio d'esercizio		
	31/12/2004	31-12-2003	variaz.	31/12/2004	31-12-2003	variaz.
Produzione lorda (ricavi)	3.588,75	3.660,30	-2,0%	1.087,43	1.692,25	-35,7%
Consumi	(1.721,00)	(2.091,71)	-17,7%	(587,18)	(909,78)	-35,5%
Componenti straordinari netti	97,54	42,10	+131,7%	59,72	(5,80)	
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	1.965,28	1.610,69	+22,0%	559,96	776,67	-27,9%
UTILE DELLE SOCIETÀ CONTROLLATE DI PERTINENZA DI TERZI	28,02	(4,30)				
VALORE AGGIUNTO TRATTENUTO DALL'IMPRESA	364,14	162,80	+123,7%	159,43	53,42	+198,5%
Ammortamenti	324,53	304,09	+6,7%	110,92	107,81	+2,9%
Riserve	39,61	(22,44)		48,51	65,61	-26,1%
Variazione del fondo per rischi bancari generali	0,00	(118,85)	-100,0%	0,00	(120,00)	-100,0%
VALORE AGGIUNTO RIPARTITO TRA GLI STAKEHOLDER	1.601,14	1.447,89	+10,6%	400,53	723,25	-44,6%
SOCI E ALTRI AZIONISTI	225,92	213,58	+5,8%	225,92	213,58	+5,8%
Dividendi distribuiti	225,92	213,58	+5,8%	225,92	213,58	+5,8%
RISORSE UMANE	1.004,66	1.008,47	-0,4%	185,23	368,16	-49,7%
Costo del lavoro	987,24	996,16	-0,9%	176,29	359,71	-51,0%
Quota utile per previdenze e provvidenze a favore del personale	15,04	10,06	+49,5%	6,55	6,20	+5,7%
Quota utile assegnata al Consiglio di Amministrazione	2,38	2,25	+5,9%	2,38	2,25	+5,9%
STATO E AD ENTI LOCALI	331,19	219,89	+50,6%	(14,59)	136,88	
Imposte e tasse indirette e patrimoniali	68,64	79,35	-13,5%	33,86	64,58	-47,6%
Imposte sul reddito dell'esercizio	262,55	140,54	+86,8%	(48,45)	72,30	
COLLETTIVITÀ	11,36	10,25	+10,8%	3,98	4,63	-14,1%
Elargizioni, liberalità e sponsorizzazioni per iniziative sociali	4,18	5,03	-16,9%	0,40	1,25	-67,6%
Utile a disposizione del C.d.A. per scopi di istruzione, culturali, benefici e sociali	7,18	5,22	+37,5%	3,57	3,38	+5,7%
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	1.965,28	1.610,69	+22,0%	559,96	776,67	-27,9%

Il “profitto cooperativo” - Valore Aggiunto distribuito agli stakeholder” - diventa “profitto economico-sociale” per la comunità attraverso l’impegno quotidiano a integrare nella gestione degli affari la preoccupazione per gli effetti sociali e ambientali dell’attività imprenditoriale. Ha il valore della stabilità e dell’intensità del contributo complessivo che il Gruppo offre al territorio e alla sostenibilità del suo modello di sviluppo.

I rapporti con il personale

Sappiamo di poter contare su una squadra di persone capaci e competenti, alle quali vogliamo garantire motivazione, serenità e prospettive di crescita professionale. Vogliamo favorire un clima aziendale positivo, che susciti senso di appartenenza e impegno a lavorare insieme per la realizzazione degli obiettivi del Gruppo e per la soddisfazione degli altri stakeholder.

Il processo di integrazione del Gruppo ha comportato notevoli cambiamenti organizzativi, per il conseguimento di importanti traguardi di efficienza e di redditività, che hanno determinato anche un'opportunità di razionalizzazione degli organici gestita nel quadro di specifici accordi sindacali (12 agosto 2003 e 3 marzo 2005). Attraverso questi accordi, le Banche si sono impegnate a operare per trasformare i cambiamenti in occasioni di crescita e di valorizzazione delle persone, affinché la razionalizzazione avvenga il più possibile senza conseguenze socio-economiche negative. Si tratta di un progetto di riqualificazione e ricollocazione del personale e di ricambio generazionale, che persegue gli obiettivi di efficienza attraverso un piano di incentivazione all'esodo e nello stesso tempo con un piano per l'occupazione crea nuove opportunità per i tessuti economico-sociali di appartenenza.

Nell'ambito del piano industriale 2003-2006, abbiamo attivato un **piano di incentivazione all'esodo**, attraverso il quale i dipendenti del Gruppo sono passati nel 2004 da 15.182 a 14.580.

Ulteriori 664 riduzioni sono previste entro il 2007 dall'aggiornamento del piano industriale, elaborato in relazione al peggioramento delle previsio-

ni di crescita dell'economia e alle esigenze di posizionamento competitivo del nostro gruppo. Tutte le cessazioni avverranno ancora su base esclusivamente volontaria, attraverso l'adesione al "Fondo di Solidarietà per il Sostegno al Reddito" dell'I.N.P.S. dei lavoratori ai quali manchino meno di 5 anni per maturare il diritto alla pensione e con l'incentivazione all'esodo dei lavoratori che questo diritto hanno già maturato. L'accesso al "Fondo di Solidarietà" garantisce, fino al momento della regolare entrata in quiescenza, una rendita pari all'80% della retribuzione annua lorda percepita in servizio. Gli oneri del fondo non gravano sulla collettività, ma sono totalmente a carico delle banche aderenti.

A fronte delle 664 riduzioni attese, la Capogruppo e le banche rete del Gruppo si sono impegnate a realizzare circa 1.000 uscite incentivate nel periodo 2005/2007. La differenza rientra in un **piano per l'occupazione** che coinvolge complessivamente circa 700 giovani diplomati e laureati, da inserire stabilmente in organico per favorire il ricambio generazionale. In particolare si tratta di:

- confermare/assumere a tempo indeterminato 368 contratti a tempo determinato previsti nelle società interessate al 30 giugno 2005;
- sostituire le risorse incentivate all'esodo in misura superiore alle necessità di dimensionamento.

Un inserimento di forze nuove - con particolare attenzione per quanti già collaborano o hanno collaborato lo scorso anno in via temporanea con il Gruppo - sulle quali fare investimenti di lungo periodo.

Nel piano rientrano anche due progetti già realizzati nel 2004 per favorire l'occupazione nelle regioni meridionali:

- **Progetto Promotori Finanziari** - 100 promotori junior nell'area di Carime (abbiamo completato il

Assunzioni

	2004
Tempo determinato	566
Tempo indeterminato	142
TOTALE	708

Cessazioni

	2004
Dimissioni volontarie	248
Quiescenza	584
Scadenza contratto tempo determinato	437
Altro	41
TOTALE	1.310

I contratti a tempo determinato sono stati utilizzati per fronteggiare le esigenze straordinarie connesse alle operazioni del piano di integrazione del Gruppo.

progetto nel gennaio 2005, dopo che nel 2004 avevamo vagliato le 1.000 candidature ricevute e avviato i primi 3 corsi di formazione per 61 partecipanti);

- **Progetto Supporto Filiali** - 177 giovani assunti a tempo determinato in Carime nel 2004, di cui 30 riassunti a tempo indeterminato nel gennaio 2005.

La prospettata cessione di Carifano nel 2005 comporta l'uscita dal Gruppo di 327 persone (di cui 84 di Direzione Generale), mentre la conseguente apertura di 20 nuovi sportelli da parte di Banca Popolare di Ancona prevede 78 assunzioni.

Il valore della crescita professionale

La soddisfazione e la motivazione del personale sono fondamentali per il raggiungimento degli impegnativi traguardi del Gruppo e dipendono dal valore complessivo del rapporto di lavoro, che si misura non solo in termini economici (i 1.004,7 milioni di euro di Valore Aggiunto), ma anche in termini di qualità del tempo e degli spazi di lavoro. Equità e trasparenza dei sistemi di gestione, opportunità di crescita professionale, sicurezza e salute sul luogo di lavoro, serenità di vita sono tutti elementi di valore ai quali da sempre dedichiamo attenzione e risorse.

Il 2004 è stato l'anno dei grandi cambiamenti organizzativi, con l'unificazione dei sistemi informativi e la realizzazione del programma Master collegato all'introduzione del nuovo assetto distributivo, due passaggi fondamentali sulla strada dell'armonizzazione delle politiche e dell'offerta commerciale del Gruppo. Questi cambiamenti hanno comportato la nascita di nuovi ruoli e l'introduzione di nuove tecnologie e di nuove procedure gestionali e operative e a loro volta richiedono un'armonizzazione delle professionalità e dei loro

sistemi di gestione. L'introduzione in tutte le banche del Gruppo degli stessi strumenti di gestione e sviluppo delle professionalità risponde anche alla necessità di conoscere approfonditamente ogni persona per orientare, sviluppare e valorizzare le sue competenze e le sue capacità nel ruolo più appropriato.

Sistemi di gestione e di incentivazione

La **rilevazione delle competenze** è uno strumento di valorizzazione delle competenze individuali, già in atto da tempo in alcune Banche del Gruppo, che prevede ogni anno il confronto tra le competenze ideali e quelle effettive di ogni persona in funzione del ruolo ricoperto, attraverso la rilevazione da parte del responsabile e l'autorilevazione da parte di ciascun collaboratore. La sua valenza consiste nella possibilità di individuare le carenze di competenze a livello individuale e di intervenire con un programma di formazione mirato ed efficace, ma anche di costituire nel tempo un vocabolario delle competenze presenti nelle diverse Aziende, una sorta di "inventario dei saperi" che caratterizzano il nostro Gruppo.

La **valutazione della prestazione** è uno strumento di miglioramento professionale, che richiede a ciascun collaboratore di lavorare per obiettivi e di misurarsi sulla capacità di raggiungerli. La valutazione della prestazione non è concepita come un semplice giudizio a fine anno rispetto alla prestazione fornita, ma realizza un processo di valutazione a ciclo continuo, nel quale chi valuta e chi è valutato lavorano assieme, in un contesto di forte interazione, per stabilire gli obiettivi, verificare i progressi e controllare i risultati. Questo consente di declinare gli obiettivi di Gruppo e aziendali lungo tutta la catena organizzativa, dalle Aree di Capogruppo a tutti i collaboratori a qualsiasi livello.

Promozioni a nuova qualifica

	Femmine	Maschi	Totale
Da personale non direttivo a quadro	73	237	310
Da quadro a dirigente	3	21	24
TOTALE COMPLESSIVO	76	258	334

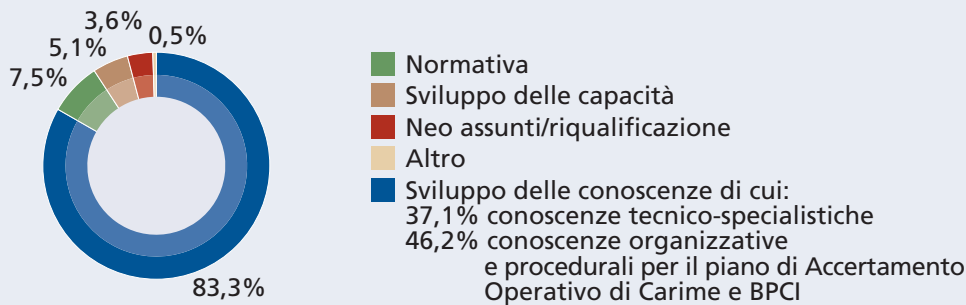
Entrambe gli strumenti, gestiti attraverso la rete Intranet[™] aziendale, realizzano un processo di miglioramento continuo, attraverso il coinvolgimento e la responsabilizzazione del management e di tutti i collaboratori in un modello di gestione che tiene conto delle aspettative e delle motivazioni personali. Nel 2004 la loro applicazione ha interessato circa la metà delle risorse umane del Gruppo. Nel corso dell'anno ne è prevista l'estensione a tutte le Banche rete e in prospettiva alle altre principali Società.

L'utilizzo corretto e costante dei sistemi di gestione ci consentirà di disegnare percorsi di carriera sempre

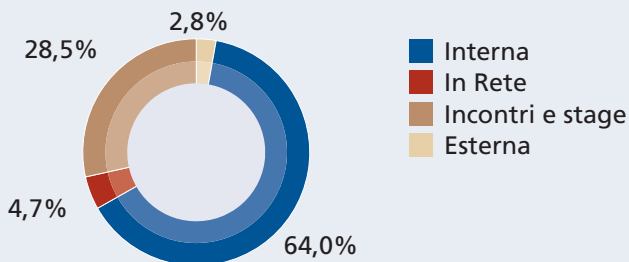
più coerenti con le attese e le potenzialità delle persone, nel rispetto di criteri di merito. Nel 2004 molte persone hanno beneficiato di nuove opportunità professionali, che si sono tradotte anche in avanzamenti di carriera con l'accesso alle qualifiche superiori.

Parallelamente all'armonizzazione degli strumenti di gestione, stiamo lavorando per armonizzare in tutto il Gruppo i sistemi di remunerazione e di incentivazione. Intendiamo così raggiungere una coerenza di trattamenti economici e normativi che sia effettivo sostegno alla motivazione delle risorse umane e all'identità di Gruppo. Nel 2004 abbiamo introdotto un

Formazione per contenuti



Formazione per modalità



sistema incentivante basato su un modello unico per tutte le banche rete del Gruppo, che enfatizza il gioco di squadra come valore portante del nostro modo di lavorare. Il premio è distribuito in funzione del contributo del singolo ruolo al raggiungimento degli obiettivi e condizione per l'erogazione del premio è il raggiungimento di tre obiettivi:

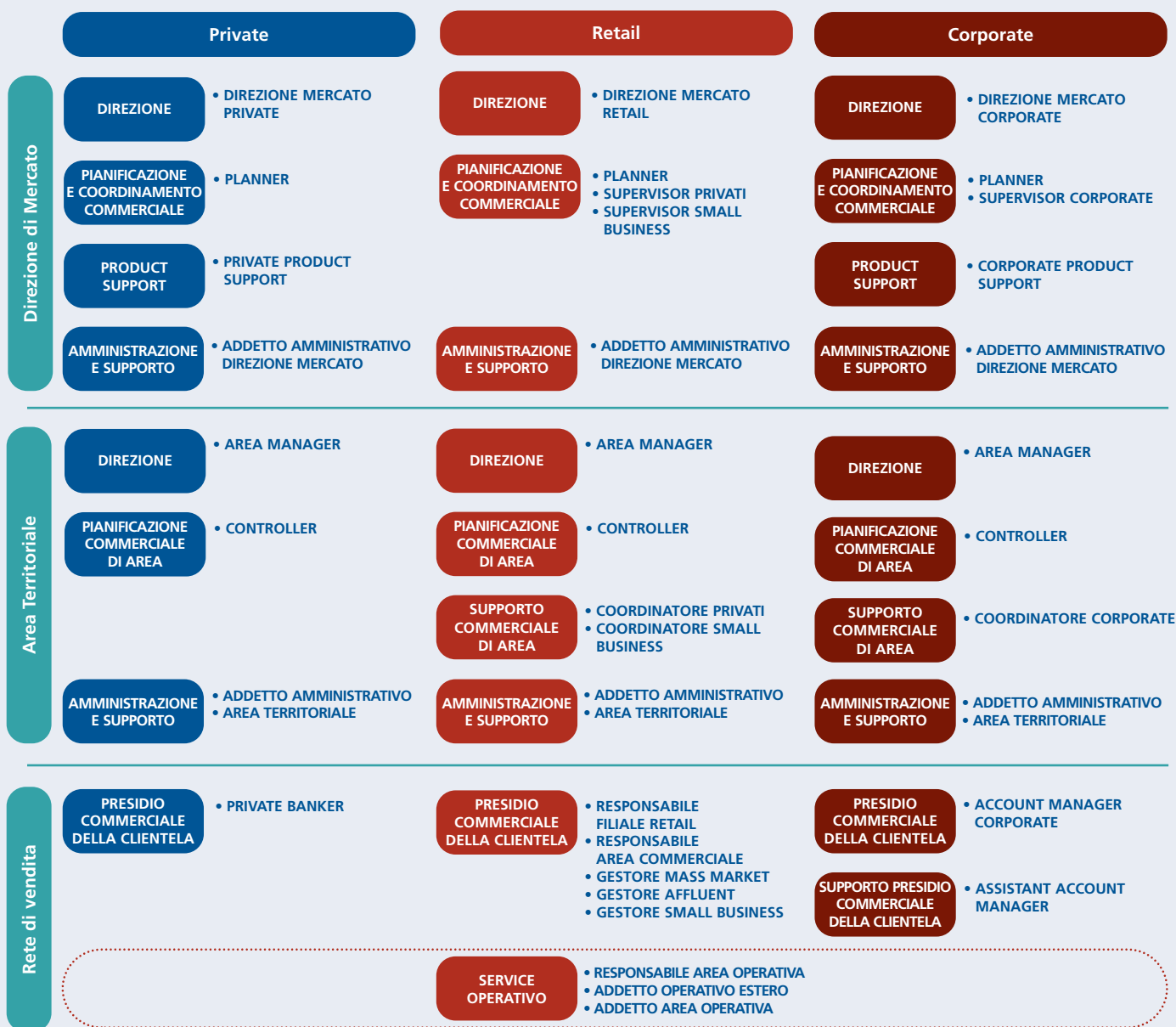
- **risultati dell'Unità Operativa** di appartenenza (obiettivi commerciali per la rete e obiettivi di integrazione e di efficienza per le altre unità organizzative);
- **risultati reddituali della Società** di appartenenza;
- **risultati reddituali complessivi di Gruppo** (utile delle attività ordinarie).

Formazione

L'attività di formazione è strettamente complementare e sinergica ai processi di valutazione e deve quindi essere gestita con logiche unitarie a livello di Gruppo. Dal 2004 tutte le attività formative sono coordinate dall'Area Risorse Umane - Formazione e Comunicazione Interna della Capogruppo, con una programmazione che tiene conto di tre principali linee di intervento:

- **abilitazione al ruolo** – formazione diretta ad abilitare le risorse ai ruoli previsti dal nuovo assetto distributivo;

Ruoli previsti nei singoli mercati



- **sviluppo delle competenze tecniche** – per consolidare e accrescere le competenze legate a specifici ruoli;
- **sviluppo delle capacità relazionali e manageriali** – per supportare la crescita professionale delle persone con il miglioramento degli aspetti comportamentali.

Complessivamente nel corso del 2004 abbiamo investito in formazione 60.443 giornate/uomo, il 39,4% in più rispetto al 2003, con oltre 44.000 presenze. Nel 2003 la costituzione e l'avvio del nuovo gruppo avevano notevolmente condizionato i programmi di formazione. Lo scorso anno, come si vede, abbiamo ripreso un'attività più intensa, indirizzata soprattutto al personale della rete distributiva (80% delle giornate) in funzione dell'impegno straordinario richiesto per i grandi progetti di integrazione del Gruppo e di attivazione del nuovo assetto distributivo delle Banche rete: con poco meno di 28.000 giornate le migrazioni di Banca Carime e di Banca Popolare Commercio e Industria verso il sistema informatico target hanno assorbito quasi la metà di tutta l'attività di formazione.

Con 3.400 giornate/uomo abbiamo supportato nel 2004 l'avvio del programma Master in una prima

fase di "abilitazione organizzativa" (illustrazione delle nuove strutture e dei nuovi ruoli), completata a inizio 2005. Segue ora una seconda e più impegnativa fase di "abilitazione al ruolo" di tutte le figure di rete. Il nuovo assetto distributivo ha introdotto nuovi ruoli professionali, focalizzati sui diversi segmenti di clientela, che richiedono lo sviluppo di competenze distintive e di percorsi di carriera specifici e differenziati. Il programma Master risponde a queste esigenze con un'attività formativa mirata, capace di accrescere in modo integrato comportamenti commerciali, conoscenze tecniche e capacità relazionali su un orizzonte di medio periodo.

Nel corso del 2004 è ripartita la Scuola di Docenza, un progetto di formazione per esaltare l'attitudine formativa individuale dei colleghi docenti delle banche e delle altre società del Gruppo, attraverso due percorsi:

- **l'abilitazione all'aula** - per formare i futuri docenti sui processi di apprendimento dell'adulto e sulle tecniche di gestione dell'aula (2 edizioni per un totale di 9 giornate e 31 colleghi coinvolti, provenienti da tutte le Banche rete);
- **i mercoledì del docente** - giornate di approfondimento culturale su temi specifici rivolte ai colleghi che già svolgono attività di docenza (44 colleghi coinvolti in 3 edizioni di una giornata).

I 5 pilastri del programma Master

Segmentazione della clientela	>	uniformità di indirizzo commerciale e delle politiche di sviluppo per segmento di clientela
Assetto distributivo per segmento	>	strutture distributive focalizzate e specializzazione dell'azione commerciale sul segmento di riferimento
Competenze distintive	>	programmi di sviluppo professionale e di formazione coerenti al proprio sentiero di crescita professionale
Piattaforma strumenti di CRM	>	strumentazione di supporto per l'analisi delle caratteristiche della clientela e per l'individuazione dell'offerta appropriata
Modello di offerta	>	processi di sviluppo dei prodotti e di classificazione del rischio coordinati e "certificati" a livello di Gruppo

Obiettivo della Scuola di Docenza è mettere a disposizione del Gruppo un corpo docenti in grado di supportare soprattutto i gestori e gli operatori del mercato retail nella conoscenza piena e approfondita dei prodotti e servizi dedicati alla loro clientela.

Pari opportunità

Nella gestione e nello sviluppo delle nostre risorse garantiamo pari dignità e pari opportunità professionali a tutti i collaboratori, senza alcuna distinzione di genere, razza, fede od orientamento. Lo sviluppo professionale e l'avanzamento di carriera dipendono esclusivamente dalle competenze e dal potenziale di crescita propri di ciascuna persona.

Contribuiamo all'occupazione delle persone diversamente abili in funzione della possibilità di offrire mansioni adatte alle singole situazioni. A fine 2004 le persone diversamente abili rappresentavano il 6,6% dell'organico delle nostre banche.

Ci preoccupiamo anche, oltre gli obblighi di legge, di aiutare le persone a conciliare, anche solo in particolari momenti della vita, le necessità personali e della

famiglia con quelle del lavoro, attraverso il ricorso al part-time e ai permessi. I 727 contratti part-time (719 nel 2003) rappresentano il 4,9% dell'organico complessivo del Gruppo e riguardano in massima parte (94,8%) il personale femminile. I permessi sono aumentati del 7,1% e hanno superato le 62.000 giornate.

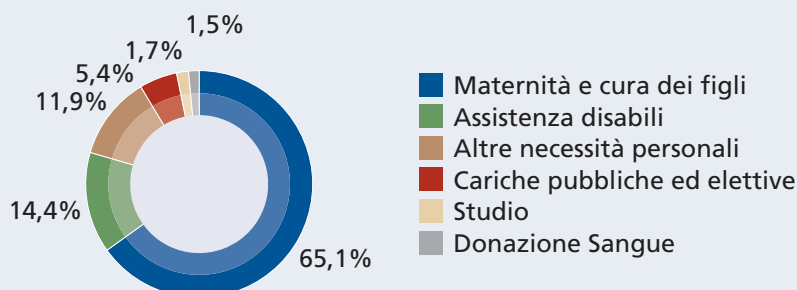
Il valore della sicurezza e della serenità

Sul luogo di lavoro le persone trascorrono gran parte della loro vita. Garantirvi sicurezza e salute è per l'azienda un dovere di responsabilità sociale prima ancora che un obbligo di legge.

Sicurezza e salute sul luogo di lavoro

Nel 2004 abbiamo avviato l'operatività del Comitato di Sicurezza e Igiene del Lavoro, composto dai responsabili delle aree Organizzazione Sistemi e Servizi, Risorse Umane, Auditing, Organizzazione e Logistica. Il Comitato garantisce l'applicazione ed il rispetto delle normative in mate-

Permessi



Assenze per malattie e infortuni*

	gg 2004	gg 2003
Malattie	92.215	90.914
Infortuni sul lavoro e in itinere	3.933	3.098
TOTALE	96.148	94.012

Furti e rapine

	Num. 2004	Num.su 100 sportelli
Furti	10	0,9
Rapine	120	10,2

* Dati riferiti alla Capogruppo e alle Banche rete

ria di sicurezza e salute (Health and Safety) dei lavoratori della Capogruppo ed emana gli indirizzi in materia a tutte le società del Gruppo. Nel 2004 si è riunito 4 volte affrontando più di 30 argomenti di interesse della Capogruppo e di tutto il Gruppo.

Gli aspetti di sicurezza fisica (Security) – come la definizione dei sistemi di sicurezza delle società del Gruppo, l’approvazione delle misure di sicurezza fisica da adottare nei locali o la gestione dei sistemi centralizzati di allarme – fanno capo al Servizio Sicurezza, che provvede anche a organizzare il Servizio di Prevenzione e Protezione.

Il Servizio Prevenzione e Protezione si coordina con il Medico Competente e con i Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza nelle attività di rilevazione dei pericoli, di valutazione dei rischi, di sviluppo e controllo dei sistemi di prevenzione. Nel corso del 2004 il Servizio ha messo sotto controllo tutti i processi derivanti dagli adempimenti della normativa in materia di salute e sicurezza e ha assunto importanti iniziative quali:

- la predisposizione di una struttura unificata del **Documento di valutazione dei rischi**, per garantire una maggiore efficacia della politica di gestione della sicurezza di Gruppo;
- l’implementazione del **Sistema informativo della sicurezza** su una nuova piattaforma informatica (per ottimizzare la gestione di tutte le attività derivanti dagli adempimenti di legge come la gestione delle persone, della sorveglianza sanitaria, delle attività di formazione, ecc.)
- la realizzazione di un adeguato **Sistema di controllo delle misure di prevenzione e protezione dei rischi**;
- l’elaborazione di un **Manuale della sicurezza** che comprenda tutte le regole e gli aspetti comportamentali da diffondere nel Gruppo;
- la predisposizione dei **Piani di emergenza** dei principali complessi del Gruppo (per esempio nella

sede più grande – quella di Bergamo – sono stati individuati nei vari uffici 215 addetti all’emergenza, valorizzando le esperienze dei colleghi che fanno parte di organizzazioni come la CRI o la Protezione Civile) e l’effettuazione delle **prove di evacuazione** (es. Sede centrale di Bergamo il 26/2, Centro Servizi e Sede di Varese il 12 e il 19/7) ;

- la prosecuzione delle **visite mediche**, che già nel 2003 avevano coinvolto 500 dipendenti qualificati come “videoterminalisti”.

Con un impegno di 14.500 ore rese nel 2004 in collaborazione con la Direzione Formazione e Comunicazione Interna, la formazione si conferma una componente rilevante, strategica e non residuale del processo di prevenzione degli infortuni. Il nostro obiettivo è diffondere una “cultura della sicurezza” che diventi attitudine diffusa tra i dipendenti nell’interesse proprio, dell’azienda e di tutte le persone che condividono quotidianamente luoghi e strumenti di lavoro.

Per contrastare il fenomeno delle rapine, che rappresentano una indubbia minaccia alla sicurezza del personale delle dipendenze, stiamo sperimentando nuovi sistemi antirapina - quali bussole di accesso monopersona, dispositivi di rilevazione dei metalli, rilevatori biometrici per i clienti in ingresso, sistemi di riduzione dell’accessibilità al contante di cassa – in linea con quanto stanno facendo altri istituti di credito e con i Protocolli di intesa sottoscritti tra l’A.B.I., le banche e le diverse Prefetture delle province italiane.

Servizi e agevolazioni

Il nostro Gruppo, pensato e realizzato secondo un modello federativo, nasce da un processo di aggregazione di aziende bancarie con tradizioni

Sicurezza e salute*

	euro 2004
Investimenti	3.894.760
Spese correnti	8.285.210
TOTALE	12.179.970

* I dati si riferiscono alla Capogruppo e alle Banche rete

diverse, che si manifestano anche in una pluralità di servizi e agevolazioni.

Previdenza complementare (27,1 milioni di euro): tutte le banche rete del Gruppo assicurano ai propri dipendenti una forma di previdenza complementare finalizzata a integrare il trattamento economico della pensione; alcune hanno istituito un fondo aziendale al quale possono aderire solo i propri dipendenti, altre aderiscono a fondi interaziendali; ogni dipendente può integrare il versamento fatto dall'azienda e può scegliere tra più linee di investimento caratterizzate da livelli di rischio più o meno elevati.

Polizze assicurative (7,6 milioni di euro): tutti i dipendenti delle banche rete del Gruppo beneficiano di una polizza sanitaria, che in alcuni casi è estesa anche ai familiari con un contributo del lavoratore; alcune aziende del Gruppo hanno stipulato per il proprio personale anche coperture contro il rischio di morte e contro il rischio di infortuni.

Premi di studio e altri contributi alla famiglia (3,2 milioni di euro): seppur con modalità e strumenti differenti, tutte le banche rete del Gruppo erogano premi sia agli studenti figli di dipendenti che ai dipendenti stessi impegnati in un percorso degli studi; alcune banche corrispondono anche liberalità per sottolineare eventi importanti quali

matrimoni, nascite o adozioni.

Agevolazioni sui prodotti e servizi della banca: tutto il personale del Gruppo può accedere a finanziamenti a tasso agevolato per l'acquisto della prima casa e, in alcune Banche, anche della seconda; in alcuni casi sono accordati un affidamento automatico agevolato (peraltro in linea con le migliori condizioni applicate alla clientela) e condizioni di favore sull'operatività bancaria.

Il valore del dialogo

Il dialogo, istituzionalizzato nei rapporti sindacali o frutto della libera iniziativa delle parti, è un arricchimento reciproco e un percorso prezioso per raggiungere un comune modo di sentire e di agire, basato sull'identità dei valori e sulla condivisione dei progetti.

Fin dalla nascita di BPU Banca le relazioni con le parti sindacali hanno puntato all'impegno di tutte le banche del Gruppo a lavorare affinché dalla realizzazione del piano industriale derivi un Gruppo integrato anche nella gestione delle risorse umane, capace di perseguire gli obiettivi economico-finanziari creando sempre nuove occasioni di sviluppo personale e professionale e garantendo equità nei trattamenti e nelle nor-

CLEMATIS ONLUS[®]: Il valore della solidarietà

Nel 2002 la Banca Popolare di Bergamo-Credito Varesino costituì, su iniziativa di alcuni dipendenti ed ex dipendenti con figli disabili non autosufficienti, un'associazione per garantire sostegno ai figli disabili in caso di decesso di uno o entrambe i genitori. Oggi Clematis (il cui nome emblematicamente ricorda un bellissimo fiore rampicante che per crescere ha bisogno di sostegno) sviluppa la sua attività e la sua "rete di solidarietà" grazie al supporto finanziario di tutte le principali società del Gruppo e di colleghi sensibili a queste problematiche. Fin dal 2003, l'Associazione ha stipulato con BPB Assicurazioni Vita una convenzione assicurativa, che garantisce una rendita annua di sopravvivenza di 12.000 euro, alla quale hanno aderito 43 famiglie (16 di dipendenti in quiescenza) per un totale di 45 figli disabili assicurati. Nel 2004 il Consiglio direttivo dell'Associazione ha deliberato la costituzione di un "Fondo Formazione", per contribuire alle spese per l'acquisto di mezzi audiovisivi e di computer e alle altre spese, non altrimenti rimborsabili da strutture pubbliche o private, per la formazione dei Soci genitori e per la "formazione riabilitativa" dei figli disabili non autosufficienti.

mative delle singole realtà aziendali. Il nuovo protocollo di intesa siglato nel marzo 2005 – connesso all’aggiornamento del piano industriale – conferma e rafforza quell’impegno e il quadro di tutele nel quale era inserito, con particolare riferimento alla formazione e alla riconversione professionale, alla creazione di nuova occupazione in un contesto di ricambio generazionale, alle possibilità di ricorso al part-time.

Il percorso di realizzazione della nostra Carta dei Valori è stato un importante momento di partecipazione alla costruzione di un’identità di Gruppo, che ha coinvolto molte persone. Attraverso un’importante attività di comunicazione nel 2005 vogliamo sviluppare intorno alla Carta dei Valori la coesione e il senso di appartenenza di tutto il personale.

Rapporti sindacali

Nel Gruppo sono presenti 9 Organizzazioni Sindacali alle quali aderisce il 79% del personale. Con le rappresentanze sindacali abbiamo raggiunto accordi importanti per l’integrazione del Gruppo e per garantire il raggiungimento degli obiettivi di efficienza e di redditività che ci siamo posti.

Nell’agosto del 2003 abbiamo sottoscritto il **Protocollo di intesa per il piano di aggregazione del nuovo Gruppo Bancario BPU**, e l’**Accordo per l’accesso al Fondo di solidarietà per il Sostegno al Reddito**, che hanno

dato il via all’operazione di aggregazione.

Nel 2004, nell’arco di 29 giornate di incontri a livello di gruppo, ci siamo confrontati su progetti di grande rilevanza:

- **il passaggio di Banca Carime e di Banca Popolare Commercio e Industria al sistema informativo di Gruppo** hanno posto le basi economiche e normative per i due grandi interventi, che hanno coinvolto oltre 2.400 persone in attività di formazione e di affiancamento;
- **il varo del Programma Master**, progetto di forte valenza etica, per qualificare la nostra presenza commerciale con un approccio autenticamente orientato al cliente, nel quale la valutazione professionale è incentrata sugli aspetti delle competenze e delle componenti qualitative della prestazione.

Tutte le trattative, anche le più impegnative, si sono sempre svolte in un clima di grande attenzione, sottolineato da frequenti comunicati delle rappresentanze sindacali, nella tensione alla ricerca di soluzioni a tutte le problematiche. I tre scioperi organizzati nel 2004 erano tutti connessi a circostanze di carattere nazionale.

Apposite sessioni di incontro, sotto forma di “osservatori paritetici”, sono state dedicate all’analisi e al confronto per la ricerca di soluzioni su argomenti specifici quali la formazione, lo stato di avanzamento del piano di integrazione del Gruppo, la previdenza complementare.

Protocollo sindacale sullo sviluppo sostenibile

Nel giugno 2004, a Roma, l’ABI e le maggiori Organizzazioni Sindacali del settore (FALCRI, CISL, GGIL, UIL) hanno raggiunto un accordo sullo “sviluppo sostenibile e compatibile del settore bancario”, nell’ambito del quale si sono impegnate a costituire un Osservatorio nazionale paritetico sulla materia. L’accordo riafferma il ruolo centrale delle risorse umane e l’obiettivo comune della loro valorizzazione quale elemento indispensabile e strategico per lo sviluppo dell’impresa; ribadisce che vi sono valori etici fondamentali cui devono ispirarsi tutti coloro che operano nelle imprese e che l’azione delle imprese stesse e dei lavoratori deve mirare a uno sviluppo sostenibile e compatibile, attraverso la costante attenzione agli impatti sociali e ambientali dell’attività; prevede che al personale impegnato nella rete in attività di vendita debbano essere fornite informazioni e regole chiare ed esaurienti sui comportamenti da seguire nelle relazioni con la clientela, anche per quel che attiene la valutazione della “propensione al rischio” del cliente rispetto alle caratteristiche del prodotto.

Comunicazione interna

Alle iniziative di comunicazione interna affidiamo la missione di costruire e promuovere la cultura aziendale del Gruppo, creando coinvolgimento e suscitando adesione ai suoi valori e ai suoi progetti.

Fin dalla nascita del Gruppo abbiamo voluto offrire a tutto il personale un periodico bimestrale di informazione e cultura aziendale, "scritto da colleghi per i colleghi". Si chiama Bpiù e in ogni numero offre 52 pagine di notizie sulle aziende del Gruppo, approfondimenti sui progetti più importanti e rubriche culturali, sportive e di costume. Tra i molti temi affrontati nei sei numeri pubblicati nel 2004, ha rivestito particolare importanza il progetto Master, al quale è stata interamente dedicata l'edizione di luglio/agosto.

In alcuni momenti è importante anche ritrovarsi, per dare nuovo slancio ed entusiasmo alla propria attività attraverso la condivisione di progetti e obiettivi. Nell'anno trascorso le principali occasioni di incontro hanno coinvolto nel complesso migliaia di colleghi di tutte le società del Gruppo in seminari su temi "tecnici", come l'impatto dei nuovi standard contabili IAS/IFRS, e in convention istituzionali in occasione dei principali eventi della vita del Gruppo, come l'avvio del Nuovo Modello Distributivo o l'aggiornamento del Piano Industriale.

Principali argomenti trattati da Bpiù

- PAO Carime
- Assemblea dei Soci BPU
- Linee guida del Programma BPU
- Programma Master
- IAS
- Progetto Valore
- Scuola di Docenza
- PattiChiari
- Notizie e presentazioni dalle banche e dalle altre società del Gruppo
- Presentazione di prodotti/progetti

I valori che ci guidano



Gioco di squadra

Sostenere l'integrazione esaltando la condivisione dei valori comuni.

Operare con entusiasmo e metodo per ottenere successi di squadra che traggano la propria forza da un ascolto attivo e dalla reciproca collaborazione.

Impegnarsi con atteggiamento aperto e generoso, disponibili ad apprendere dai successi altrui.

I rapporti con i soci e gli altri azionisti

Lavoriamo ogni giorno per realizzare i valori e le aspettative dei nostri soci e azionisti attraverso un progetto di banca sempre più solida e redditizia, efficiente e socialmente responsabile, capace di incidere positivamente nelle diverse realtà locali in cui opera; su questo progetto costruiamo una prospettiva di valore durevole per il loro investimento.

Bpu banca è una società cooperativa a responsabilità limitata, il cui capitale sociale è rappresentato da azioni. I titoli sono quotati alla borsa valori di Milano nel segmento Blue Chip™ del Mercato Telematico Azionario, che comprende i titoli delle società con capitalizzazione superiore a 800 milioni di euro; fanno parte dell'indice S&Pmib™ delle 40 società con maggiore liquidità e valorizzazione del flottante e dell'indice MSCI Italia™.

La quotazione è garanzia di realizzazione dell'investimento a un prezzo che si forma in maniera trasparente sul mercato, mentre la presenza negli indici conferisce liquidità al nostro titolo, che risulta più facilmente inserito in un ampio numero di portafogli ed è sotto la costante osservazione di un maggior numero di inve-

stitori istituzionali italiani ed esteri. Nel 2004 sono state scambiate in borsa 247,6 milioni di azioni, che rappresentano quasi i 3/4 del capitale sociale, formato al 31.12.2004 da 342.451.374 azioni.

Il valore dell'investimento

Tutti gli azionisti della Banca hanno eguale diritto a partecipare agli utili, in proporzione al numero di azioni possedute, attraverso la distribuzione del dividendo. Anche quest'anno abbiamo proposto all'Assemblea dei soci un dividendo di 0,67 euro, obiettivo minimo anche per il futuro, ipotizzato nel piano industriale triennale 2005-2007. Con la distribuzione del dividendo, abbiamo l'orgoglio di offrire a tutti i nostri azionisti un rendimento che non è solo teorico ma effettivo, tra i migliori del mercato, e nello stesso tempo rispettiamo la nostra politica di costante rafforzamento patrimoniale.

Prospettive di redditività e consistenza patrimoniale sono due elementi fondamentali nella determinazione del valore dell'impresa, valore che per una società quotata si riflette, salvo condizioni particolari, nel valore di mercato delle sue azioni. E il mercato ha capito e premiato il nostro progetto imprenditoriale: a fine 2004, in 18 mesi dalla prima quotazione, il valo-

BPU Banca negli indici etici

BPU Banca è inclusa negli indici etici Ethical Index Euro ed Ethical Index €, due indici composti da azioni selezionate secondo la Metodologia di Selezione Etica di E.Capital Partners™. Il primo include 150 titoli scelti tra le maggiori società dei paesi dell'area euro (Austria, Belgio, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Italia, Lussemburgo, Olanda, Portogallo, Spagna) più Regno Unito, Svezia, Norvegia, Danimarca, Svizzera; il secondo è composto invece da titoli dei soli paesi dell'area euro.

L'Ethical Index Euro è replicato da un ETF™ (B1 – Ethical Index Euro), il primo ETF etico promosso da una SGR italiana.

Indicatori azionari

	31/12/2004	31-12-2003
Patrimonio netto contabile post riparto utile (€/1.000)	3.788.177	3.537.638
Numero azioni in circolazione a fine anno	342.451.374	318.775.785
di cui: godimento regolare 1 gennaio	337.189.127	318.775.785
godimento differenziato 1 luglio 2004	1.122	
godimento differenziato 1 gennaio 2005	5.261.125	
Patrimonio netto contabile per azione [Book value]	11,06	11,10
Utile consolidato (€/1.000)	290.123	200.070
Utile d'esercizio della Capogruppo (€/1.000)	286.937	291.019
Dividendo per azione deliberato per l'anno	0,67	0,67
Totale dividendi (€/1.000)	225.917	213.580
Utile per azione [EPS]¹	0,85	0,63
Dividendi totali / utile d'esercizio della Capogruppo [Payout]	78,73%	73,39%
Ultimo prezzo ufficiale dell'anno	14,949	14,395
Prezzo ufficiale massimo dell'anno	14,965	15,206
Prezzo ufficiale minimo dell'anno	12,883	12,614
Prezzo ufficiale medio dell'anno	13,910	13,466
Rendimento [Dividend Yield]²	4,82%	4,98%
Prezzo su utile per azione [Price earning]³	16,42	21,46
Capitalizzazione di borsa a fine periodo (milioni di euro)⁴	5.116	4.589
Multiplo patrimoniale [Price / Book value]⁵	1,35	1,21

¹ Utile consolidato / numero di azioni in circolazione a fine anno

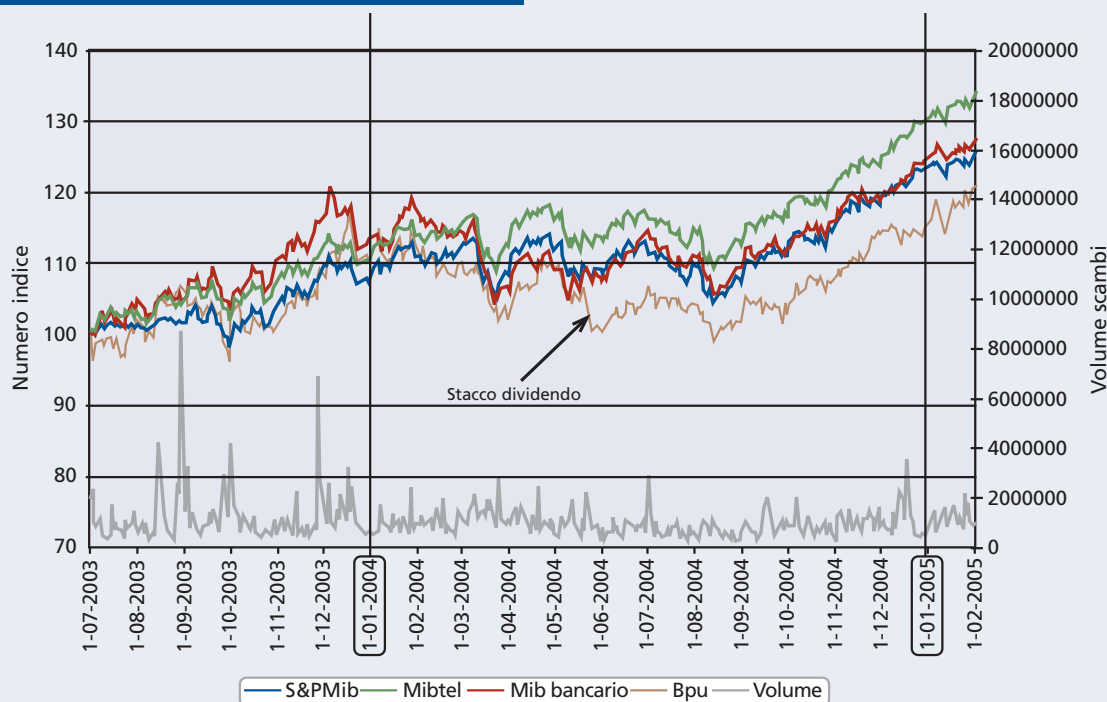
² Dividendo per azione / prezzo ufficiale medio dell'anno

³ Prezzo ufficiale medio dell'anno / utile consolidato per azione

⁴ Calcolata tenendo conto del prezzo ufficiale dei titoli con godimento differenziato 1 gennaio 2005

⁵ Prezzo ufficiale medio dell'anno / Patrimonio netto contabile per azione

Andamento del titolo rispetto ai principali indici



l'interessato, che deve possedere almeno 250 azioni.

La partecipazione all'assemblea è prerogativa del socio; è una preziosa occasione di incontro e di scambio di idee, ma è soprattutto il momento nel quale ogni socio incide sulla vita della società attraverso il dibattito e il voto per la nomina degli amministratori, per l'approvazione del bilancio e per le altre determinazioni di carattere ordinario e straordinario che la legge e lo statuto riservano all'Assemblea.

In BPU Banca – società cooperativa – la partici-

zione ha maggior valore, perché tutti i soci hanno pari dignità e importanza: ogni socio può esprimere un solo voto indipendentemente dal numero di azioni possedute. Per garantire a tutti i soci l'effettivo e corretto esercizio dei loro diritti assembleari – in primo luogo il diritto di prendere la parola sugli argomenti posti in discussione – l'ordinato e funzionale svolgimento dell'assemblea ordinaria e straordinaria è disciplinato da un Regolamento assembleare. Il Regolamento è stato redatto secondo lo schema proposto da ABI e Assonime, è stato approvato dall'Assemblea dei Soci del 24 aprile 2004 e la sua applicazione è supportata da uno dei più avanzati sistemi infor-

Progetto valore

Servizi Bancari >< Servizi assicurativi

Gestioni Patrimoniali GPF Obiettivo di BPU Pramerica

- Riduzione del 25% sulle commissioni annue di gestione

Mutui Casa

- Esenzione dalle spese di istruttoria sui mutui per acquisto, costruzione e ristrutturazione della prima casa

Prestiti Personali

- Esenzione dalle spese di istruttoria
- Finanziamento fino a 2.600 euro a tasso agevolato per gli studi dei figli di età compresa tra 14 e 18 anni (iscrizione a corsi, acquisto di testi, materiale didattico, computer, etc...)

Polizza Responsabilità Civile della Famiglia

- Fino a 100.000 euro per danni involontariamente causati a terzi, cose e animali dal socio o dai suoi familiari

Polizza Infortuni

- In caso di morte o invalidità permanente da infortunio indennizzo pari al controvalore delle azioni BPU (massimo 6.000) possedute al momento del sinistro

Diaria da Ricovero

- Diaria di 25 euro per un massimo di 30 giorni in caso di ricovero, causato da infortunio, di durata superiore a 3 giorni

Polizza Prelievo Sicuro

- Risarcimento fino a 1.033 euro per la perdita di valori a seguito di furto o rapina subiti in occasione di operazioni di versamento o di prelievo

matizzati di gestione assembleare attualmente disponibili sul mercato.

In sintonia con lo spirito cooperativo che anima la banca popolare, per i nostri soci abbiamo creato **Progetto valore**, un insieme di agevolazioni bancarie e di protezioni assicurative gratuite. Le agevolazioni bancarie sono riservate ai soci che intrattengono un rapporto di conto corrente e hanno in deposito le azioni presso una banca del Gruppo, mentre le polizze assicurative sono dirette a tutti i soci.

Il valore del dialogo

In quanto emittenti titoli quotati, nei rapporti con i nostri soci e azionisti siamo tenuti al pieno rispetto delle regole che ci impongono di comunicare con tutti gli attori del mercato secondo criteri di correttezza, chiarezza e parità di accesso all'informazione. A questi principi ci uniformiamo attraverso le attività dell'Ufficio Soci e dell'Ufficio Investor Relations.

L'Ufficio soci si preoccupa di garantire ai soci un'informazione aggiornata sulla vita e sulle nuove iniziative del Gruppo – aspetto importante della partecipazione societaria – anche attraverso la sezione dedicata del portale Internet www.bpubanca.it, il numero verde 800.012811 e la "Lettera ai Soci". All'Ufficio Soci fanno capo anche l'istruzione delle domande di ammissione, l'aggiornamento del Libro Soci e la proposta e il

coordinamento di tutte le iniziative dedicate ai soci.

L'Investor Relator, nella sua funzione di supporto all'Amministratore delegato e alla Direzione generale nelle relazioni con i mercati e con gli investitori istituzionali, garantisce un'informazione chiara, tempestiva e completa anche attraverso l'emissione dei comunicati stampa e l'aggiornamento costante della sezione Investor Relations del portale Internet. In questa sezione sono pubblicati – in sintonia con le prescrizioni di Borsa Italiana S.p.A. – lo statuto, i bilanci d'esercizio e consolidato, le relazioni semestrali e trimestrali, le informazioni comunicate al mercato nonché, al più tardi al termine degli incontri con gli operatori del mercato, la documentazione distribuita in tali occasioni.

Nel 2004 abbiamo proseguito l'intensa attività di relazioni con gli investitori e gli analisti con cui abbiamo sostenuto i primi passi del nostro gruppo:

- 18 presentazioni in **conference-call** per l'illustrazione dei dati periodici, dell'aggiornamento del piano industriale, e di altre rilevanti iniziative del nostro Gruppo;
- 5 **road show** nelle maggiori piazze finanziarie europee della Gran Bretagna, dell'Olanda e del Belgio, incontrando complessivamente un centinaio di investitori tra i quali nomi di primo piano nel panorama dei fondi di investimento, degli hedge fund e delle banche d'affari;
- numerosi **incontri singoli**, nel corso dei quali abbiamo incontrato più di un centinaio di operatori, analisti e investitori istituzionali;

Partecipazione all'assemblea ordinaria del 24/04/04

	Numero
Soci presenti in proprio	1.750
Soci presenti per delega	403
TOTALE	2.153

- **conferenze e incontri istituzionali** promossi dai maggiori broker italiani ed esteri, a cui abbiamo partecipato in qualità di relatori; tra questi ricordiamo:
 - Roma 6 febbraio – UBS – “The Italian Financial Services Conference 2004-Growth after restructuring”;
 - Firenze, 2 aprile - Morgan Stanley – “Southern European Banking Conference”;
 - Milano, 27 settembre - Kepler Equities “The Italian Financial CEO Conference”;
 - Pollenzo-Bra, 23 novembre – Banca Leonardo – “Italian Banks: recipes for a gourmet winter”.

I valori che ci guidano



Innovazione

Mettersi in discussione

costantemente e considerare l'innovazione con spirito propositivo.

Favorire la trasmissione delle informazioni necessarie affinché tutti abbiano conoscenze aggiornate per realizzare gli obiettivi comuni.

Realizzare l'apprendimento continuo per migliorare la propria competenza e stimolare sé e gli altri verso il nuovo.

Contatti

Ufficio Soci



Investor Relations

035-392155
soci@bpubanca.it

035-392217
investor.relations@bpubanca.it

I rapporti con i clienti

La soddisfazione dei clienti è il motore del nostro impegno a migliorare continuamente. Vogliamo intrattenere rapporti duraturi, fondati sulla fiducia che la nostra attività commerciale rispetta e rispetterà sempre i principi etici dichiarati nella nostra Carta dei Valori.

I grandi investimenti effettuati e previsti in organizzazione, tecnologie, formazione, comunicazione sono tutti finalizzati a migliorare la nostra capacità di creare valore per i nostri clienti, attraverso la qualità delle relazioni e l'innovazione continua dei nostri prodotti e servizi. Il nuovo assetto distributivo per Mercati delle Banche rete ha rivoluzionato il nostro modo di lavorare.

Dietro ogni singolo rapporto c'è un grande lavoro di squadra. Gli specialisti della Capogruppo elaborano continuamente la conoscenza acquisita dalle reti bancarie e restituiscono loro strategie commerciali mirate. Nelle Banche rete il gestore che parla con il cliente, il coordinatore dell'Area territoriale competente e il supervisore della Direzione di mercato, che attiva le iniziative commerciali, si scambiano continuamente un intenso flusso informativo. Ognuno raccoglie le evidenze e i suggerimenti provenienti dagli altri e contribuisce a porta-

re soluzioni utili e innovative attraverso il contributo delle "Fabbriche" finanziarie. Queste ultime garantiscono la qualità e la costante innovazione dei prodotti.

Questo lavoro di squadra poggia sui cinque pilastri del progetto Master, il cui cuore è la nuova piattaforma informatica di **Customer Relationship Management**: un insieme di strumenti innovativi dedicati alla raccolta e all'analisi dei dati sulla clientela attuale e potenziale e all'ottimizzazione dei processi di interazione con essa.

Il valore del servizio

Il nostro lavoro corrisponde a finalità di interesse sociale, impennate sulla trasformazione del risparmio in investimenti, attraverso l'attività di raccolta e di impiego verso le famiglie e le imprese. Il suo valore non sta nella semplice vendita di uno o più prodotti, ma nella continuità di un servizio capace di soddisfare una pluralità di bisogni in continua evoluzione. Ogni cliente percepisce e valuta diversamente il valore del nostro servizio, in funzione delle proprie attese, e contribuisce alla formazione di quel grado di soddisfazione complessivo della clientela che viene rilevato dalle indagini di Customer Satisfaction dell'ABI.

I 5 pilastri del programma Master

Segmentazione della clientela	>	uniformità di indirizzo commerciale e delle politiche di sviluppo per segmento di clientela
Assetto distributivo per segmento	>	strutture distributive focalizzate e specializzazione dell'azione commerciale sul segmento di riferimento
Competenze distintive	>	programmi di sviluppo professionale e di formazione coerenti al proprio sentiero di crescita professionale
Piattaforma strumenti di CRM	>	strumentazione di supporto per l'analisi delle caratteristiche della clientela e per l'individuazione dell'offerta appropriata
Modello di offerta	>	processi di sviluppo dei prodotti e di classificazione del rischio coordinati e "certificati" a livello di Gruppo

L'indagine biennale ABI (2002-2003 ultima edizione per il mercato retail, 2004-2005 ultima edizione per il mercato corporate) restituisce, in quasi tutti i profili, un'immagine delle nostre banche mediamente superiore a quella delle altre 25 banche partecipanti. Le famiglie hanno espresso giudizi molto positivi in particolare sulla nostra capacità di trasmettere fiducia e sulla coerenza nella corretta gestione dei rapporti. Le imprese ci riconoscono soprattutto correttezza, trasparenza ed efficienza. L'orientamento al cliente e la qualità del servizio emergono dai dati sul livello di soddisfazione, con punti di forza nella qualità del personale di filiale in generale e della figura del gestore in particolare, riconosciutaci sia dai privati che dalle imprese. Vi sono differenze da colmare tra le banche del Gruppo e vi sono margini di miglioramento, in particolare dal punto di vista della percezione del rapporto costi/benefici del servizio reso dalla Banca e del suo ruolo sociale e di sostegno all'economia del territorio.

Importanti segnali vengono anche dall'analisi dei reclami, che ogni Banca utilizza attentamente per migliorare la qualità delle relazioni. Nel 2004 i reclami sono passati da 2.669 a 5.742, ma quasi la metà di questi (46,1%) sono legati alla recente sentenza della Corte di Cassazione (21095 del 2004) che, sovvertendo l'orientamento assunto

fino al 1999, dichiara nulle le clausole di contabilizzazione trimestrale degli interessi passivi in conto corrente (il cosiddetto anatocismo³⁹) contenute nei contratti stipulati con la clientela prima del 2000. In relazione al repentino mutamento di indirizzo della Cassazione, per di più con l'asserita valenza retroattiva, sono stati posti dubbi di compatibilità con i principi costituzionali, per il venir meno di un istituto applicato in buona fede per decenni con l'avallo della stessa Corte di Cassazione, oltre che di contrasto con i principi di affidamento e di libera prestazione di servizi, sui quali si fonda l'ordinamento comunitario. Su tali basi condividiamo la posizione assunta sul punto dal sistema bancario e riteniamo di poter sostenere la buona fede e la correttezza del nostro operato.

Per consolidare i risultati positivi, colmare le differenze e realizzare i margini di miglioramento, abbiamo in corso due iniziative importanti:

- la realizzazione di un nostro **modello di Soddisfazione-Loyalty**⁴⁰ di Gruppo, inizialmente in Banca Popolare di Bergamo ed entro il 2006 nelle altre Banche rete, che si integrerà nella piattaforma di Customer Relationship Management già operativa; il modello, una volta a regime, realizzerà sui diversi segmenti di clientela un processo continuo di rilevazione analisi e azione, per adattare continua-

Customer Relationship Management

Conoscenza  Interazione

Risultati migliori con minori costi

Con gli strumenti di **Customer Insight**⁴¹ cerchiamo di conoscere sempre meglio le caratteristiche e i comportamenti dei nostri clienti, per sviluppare un'offerta coerente di prodotti e servizi e per indirizzare con maggior successo le attività commerciali.

Relazioni solide e durature

Con gli strumenti di **Customer Interaction**⁴² trasformiamo ogni momento di contatto in occasione di sviluppo commerciale, cercando di cogliere i bisogni emergenti nei diversi segmenti di clientela e monitorando i livelli di gradimento delle proposte.

mente i comportamenti aziendali alle aspettative e alla percezione dei clienti;

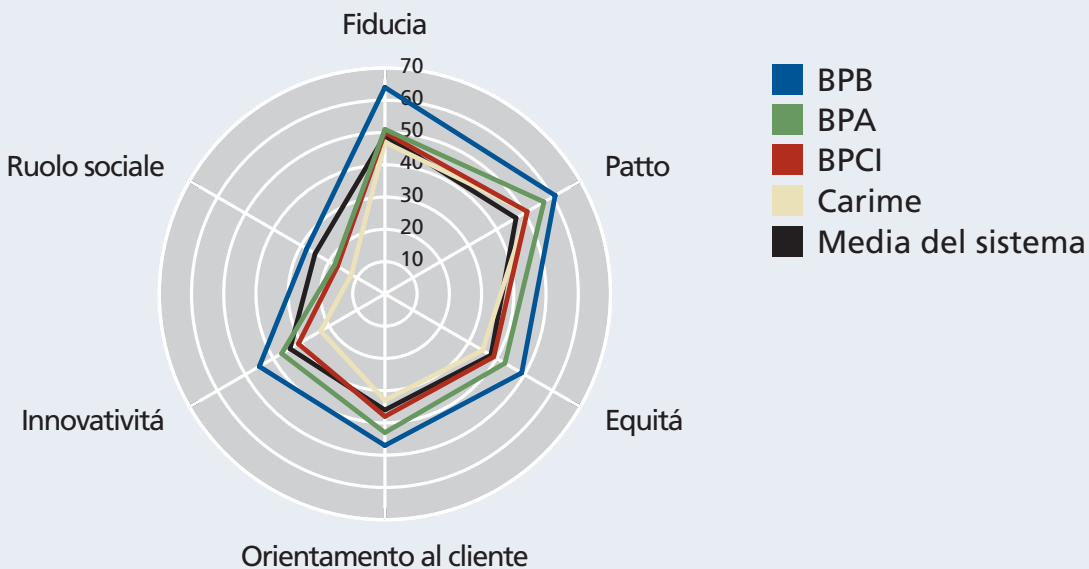
- la costituzione in Capogruppo di una **Commissione Reclami**, presieduta dal Direttore generale e composta da rappresentanti di diverse Aree aziendali, il cui compito è valutare e proporre soluzioni alle possibili problematiche – anche organizzative, procedurali, normative, comportamentali – che risultino essere alla base dei reclami della clientela; la Commissione, costituita sul finire del 2004, non ha il compito di gestire i singoli reclami, che continueranno a essere di competenza delle singole società del Gruppo presso le quali sono accesi i relativi rapporti.

Il servizio alle famiglie

Costi certi e trasparenti, semplicità e comprensibilità dei prodotti bancari e assicurativi, protezione del capitale negli investimenti e flessibilità nei prodotti di mutuo e di credito al consumo sono gli elementi su cui puntiamo per tutta la gamma della nostra offerta, basata su pacchetti modulari specifici per i diversi segmenti di clientela, in particolare del mercato retail. Modularità e integrazione di servizi non strettamente bancari sono le caratteristiche dei due prodotti più rappresentativi:

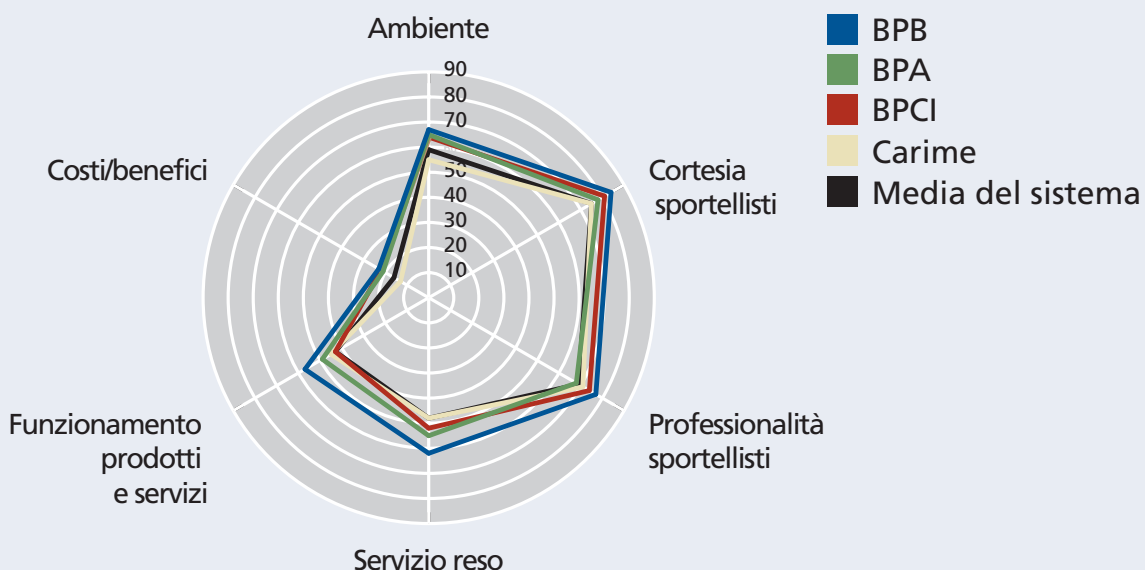
- il conto corrente a pacchetto **Duetto**, che nelle sue 4 versioni, tutte a canone fisso, offre servizi

Immagine del marchio presso la clientela privata



Osservatorio ABI sulla customer satisfaction del segmento retail (edizione 2002/2003)

Soddisfazione della clientela privata



bancari e assicurativi, oltre a privilegi, sconti e informazioni per il tempo libero o la professione;

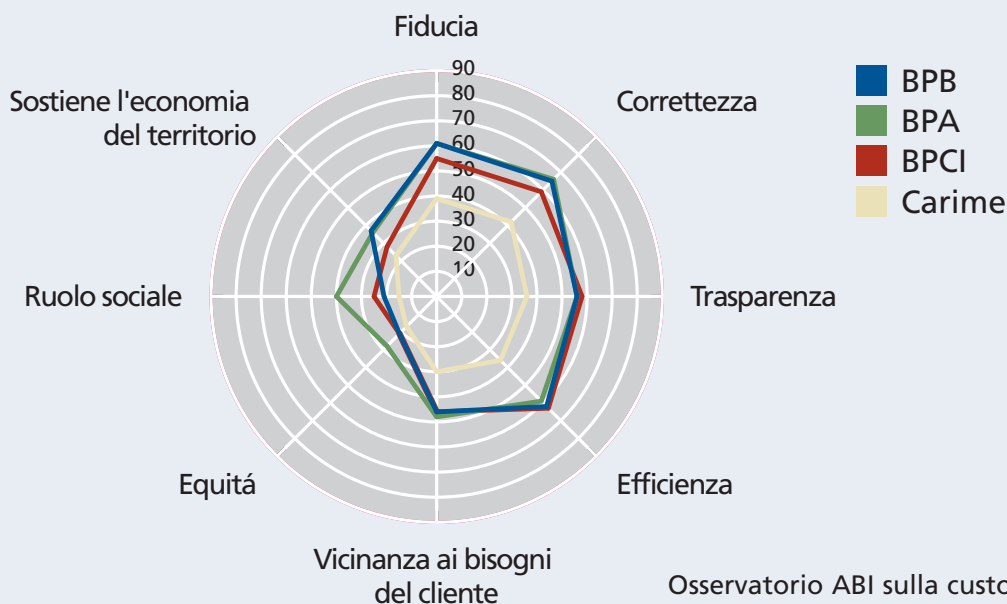
- le carte **Libra**, **Libra Extra** e **Libra Gold** – di credito o multifunzione (Bancomat e pagoBancomat), a saldo e revolving” – emesse da Banca 24-7 sui circuiti MasterCard o Visa, con opzioni che consentono di utilizzare la disponibilità della carta per disporre di un finanziamento in conto corrente e, nella versione Gold, con una serie di coperture assicurative gratuite.

Negli ultimi anni sono emersi con forza due temi di grande rilevanza sociale per il pubblico delle banche: l’inclusione sociale delle fasce più deboli – in

particolare degli immigrati, che sono ormai 1 ogni 22 abitanti secondo un dossier Caritas/Migrantes del 2004 – e il rapporto con il risparmio, a seguito della crisi di fiducia dovuta ai recenti scandali finanziari.

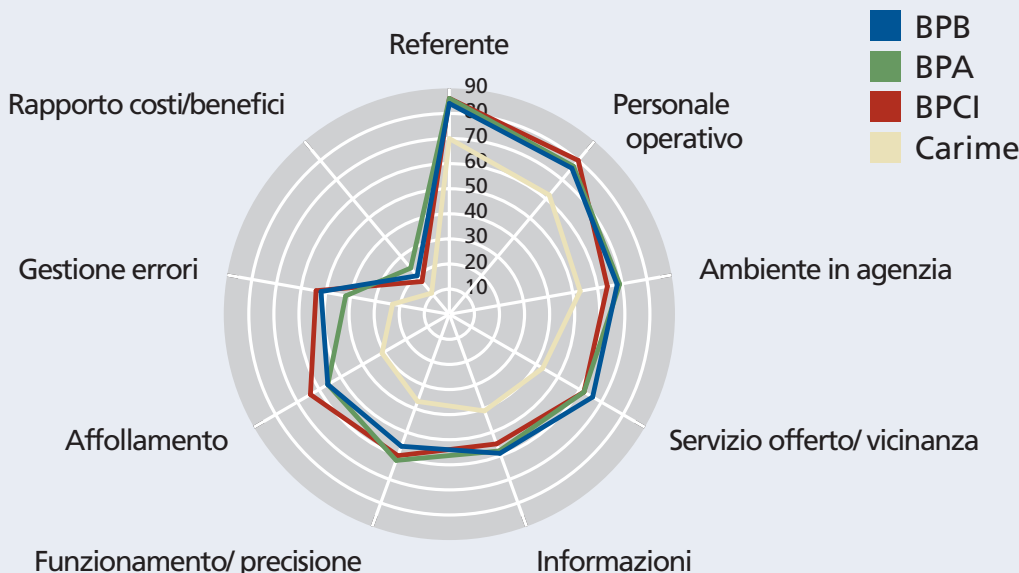
Per l’inclusione sociale stiamo lavorando all’estensione del **Progetto Welcome**, avviato in via sperimentale nel 2003 dalla Banca Popolare di Bergamo e ora arricchito del **Conto Welcome**, un conto corrente che non prevede la concessione di fido e di carte di pagamento, ma offre un forfait di 100 operazioni al costo fisso di 20 euro l’anno.

Immagine del marchio presso le imprese



Osservatorio ABI sulla customer satisfaction: i bisogni e le attese della piccola impresa in Italia (edizione 2004/2005)

Soddisfazione delle imprese

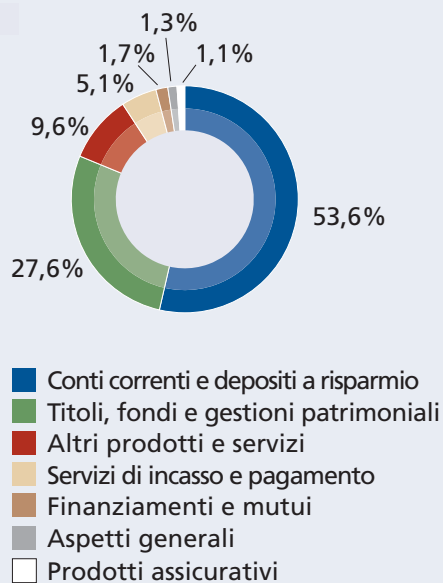


Il progetto Welcome si inserisce in una linea di prodotti "etici" – prodotti di raccolta e di impiego, servizi bancari e assicurativi – dedicati ai cittadini extra-comunitari immigrati e in generale alle fasce più deboli della popolazione e alle Associazioni di volontariato, oltre che alla risposta immediata a situazioni di emergenza umanitaria locali e internazionali. In particolare le iniziative di microcredito, a fini socio-assistenziali e per il sostegno di iniziative imprenditoriali e di percorsi di studio e riqualificazione professionale di cittadini extra-comunitari immigrati, prevedono il coinvolgimento di Enti e Associazioni di categoria con il duplice compito di segnalare i casi meritevoli di attenzione e di garantire l'effettiva destinazione dei finanziamenti.

Riguardo al tema del risparmio, da anni stiamo indirizzando la nostra clientela o verso i nostri prodotti di raccolta diretta – come i prestiti obbligazionari emessi dalla Capogruppo – o verso la gestione professionale dei Fondi comuni e delle SGR. Abbiamo distribuito con successo i prodotti di ARCA, prima di costituire una nostra società – BPU Pramerica – frutto della collaborazione con uno dei maggiori gruppi finanziari mondiali. Oggi il risparmio gestito rappresenta 1/4 di tutta la nostra raccolta e supera, anche se di poco, il risparmio amministrato, ovvero quella parte di raccolta costituita dagli investimenti fatti autonomamente dalla clientela per il tramite delle nostre Banche.

Molti risparmiatori, scegliendo di abbandonare i titoli di Stato alla ricerca di rendimenti migliori sui

Oggetto dei reclami

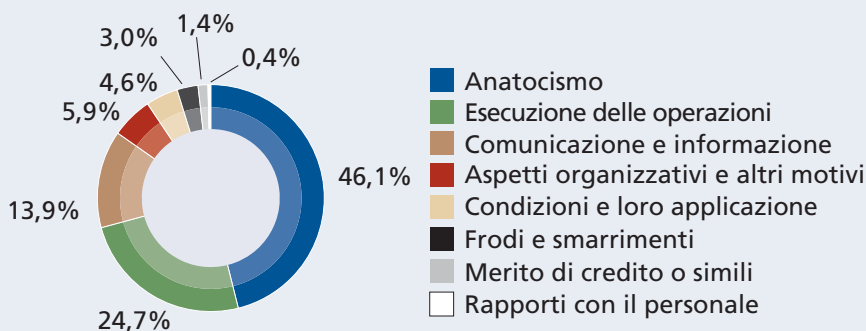


Financial Market Focus

Obiettivi:

- promuovere nella struttura una cultura dell'informazione, che ci distingua in termini di completezza e adeguatezza al profilo del cliente;
- favorire nella clientela un nuovo approccio all'investimento, che ne esalti l'autonoma responsabilità attraverso la comprensione dei diversi profili di rischio-rendimento;
- agevolare il personale di rete nel servizio alla clientela, senza ridurne il grado di sensibilizzazione e anzi rafforzandone il senso di responsabilità per il proprio operato.

Motivi dei reclami



mercati azionari e delle obbligazioni societarie, si sono esposti a rischi in molti casi non correttamente valutati. Il problema ha toccato, pur se in misura marginale, anche le nostre Banche, che raccolgono oltre 23 miliardi di euro in regime di risparmio amministrato. Pur confermando che le strutture commerciali delle Banche rete non devono svolgere attività di consulenza – nel senso di non proporre consigli e/o suggerimenti personali su strumenti finanziari, salvo che per specifici contratti del mercato Private – abbiamo scelto di offrire loro il massimo supporto informativo possibile, perché possano favorire la clientela nell'effettuazione di scelte autonome responsabili.

Abbiamo costituito in seno all'Area Finanza l'unità

operativa **Financial Market Focus**, la cui missione è fornire alle strutture del Gruppo informazioni di carattere generale sullo scenario macroeconomico di riferimento e sull'andamento dei mercati finanziari, informazioni su titoli di debito e di capitale e su derivati trattati in mercati regolamentati, oltre che supporto specifico su richiesta. Financial Market Focus redige e distribuisce una serie di pubblicazioni periodiche, denominate **BPU Selezione fmf**, riferite a un paniere di titoli nelle valute del G7 e in franchi svizzeri, connotati da elevato merito di credito, liquidità garantita dalla quotazione su mercati regolamentati o da primari broker internazionali, disponibilità nell'ambito del Sistema di Scambi Organizzati, tagli minimi contenuti e molteplici combinazioni di tasso, rendimento e scadenza. Su

I contenuti di Duetto

BANCA	DUETTO.MINI 6 euro al mese	DUETTO.MIO 8 euro al mese	DUETTO.NOI 10 euro al mese	DUETTO.MAXI 15 euro al mese
operazioni illimitate, nessuna spesa di chiusura, pagamento delle bollette, estratto conto mensile, libretti assegni *	●	●	●	●
Lineattiva, per gestire il tuo conto corrente 24 ore su 24 tramite internet e telefono	●	●	●	●
fido massimo di conto	5.000 euro	5.000 euro	5.000 euro	10.000 euro
carte di pagamento	bancomat	carta di credito	carta di credito (2 carte per i conti cointestati)	
dossier titoli				●
sconto 50% su cassetta di sicurezza				●
sconto 30% su spese istruttoria mutuo casa		●	●	●
ASSICURAZIONE				
sconto 15% su polizza Sicurezza Auto per le garanzie incendio e furto, eventi speciali e garanzie complementari	●	●	●	●
sconto 15% su polizza Sicurezza Casa di almeno 150 euro	●	●	●	●
sconto 15% sulle coperture assicurative ramo danni di una polizza Dolcevita con premio complessivo di almeno 200 euro	●	●	●	●
polizza Infortuni	●	●	●	●
polizza Responsabilità Civile della Famiglia			●	●
polizza Prelievo Sicuro	●	●	●	●
Duetto Salute	●	●	●	●
Duetto Pronto Intervento		●	●	●
Duetto Viaggio Sicuro				●
DUETTOCLUB. Un mondo di privilegi, sconti e informazioni. Ecco alcuni esempi.				
sconti su carburante, viaggi, noleggio camper		●	●	●
sconti su pneumatici, abbonamenti a riviste e in migliaia di negozi convenzionati	●	●	●	●
sconto ingresso parchi divertimento			●	●
servizio informazioni e consulenza veterinaria	●	●	●	●
a scelta, pacchetto sconti e agevolazioni per Tempo Libero o Professione	●	●	●	●

* Non sono incluse nel costo mensile le commissioni di prelievo contante presso gli sportelli automatici di altri istituti e l'imposta di bollo prevista per legge.

questi titoli i nostri operatori di filiale sono in grado di dare alla clientela informazioni complete ed esaustive, che comprendono anche elementi di analisi fondamentale o rating, la valutazione del rapporto rischio/rendimento dell'investimento e l'eventuale giudizio di analisti indipendenti.

Agli oltre 30.000 clienti del mercato private (di cui 2.000 nella fascia più alta), con maggiori disponibilità finanziarie ed esigenze più complesse, ci proponiamo come banca di riferimento con i servizi a marchio **BPU Private Bank** e con 190 gestori dedicati. Con oltre 19 miliardi di euro gestiti siamo il quarto operatore italiano del settore. Tra le nostre specializzazioni, oltre alla creazio-

ne di trust* e alla consulenza per la gestione e la valorizzazione dei patrimoni artistici, inclusi i restauri, vi è il servizio di **Active Wealth Advisory (A.W.A.)**, dedicato ai clienti del segmento Upper Private. I private bankers gestiscono la relazione con il supporto di un gruppo interno di specialisti. Questi, avvalendosi anche delle strategie globali di BPU Pramerica, monitorano costantemente la posizione complessiva del cliente e propongono interventi correttivi a fronte di eventi significativi. Il servizio si fonda su alcuni valori forti:

- **fiducia e riservatezza** nell'analisi di tutti gli aspetti del profilo del cliente (personale, familiare e societario, dal punto di vista finanziario,

Prodotti BPU "linea etica" di prossima attivazione

RACCOLTA	OBIETTIVO
Prestiti obbligazionari primo soccorso	Risposta immediata a emergenze internazionali e locali (accoglienza immigrati e indigenti)
Prestiti obbligazionari sviluppo sostenibile	Per il finanziamento di iniziative imprenditoriali di immigrati (micro-credito)
Fondo comune di investimento	Offerta di investimento con finalità etiche, legate non esclusivamente alla massimizzazione del rendimento atteso
IMPIEGHI	OBIETTIVO
Micro-credito a fini socio-assistenziali	Supporto finanziario a soggetti in difficoltà che vivono in situazioni sociali di effettivo bisogno
Micro-credito per iniziative imprenditoriali	Sostegno alle imprese gestite da imprenditori immigrati e finanziamento ai lavoratori immigrati per corsi di riqualificazione professionale
Mutui prima casa per immigrati e indigenti	Agevolazione all'accesso a un'abitazione dignitosa sia a immigrati sia a cittadini italiani in stato di bisogno e di disagio

immobiliare, previdenziale, fiscale, dell'orientamento a investimenti etici e alternativi);

- **professionalità e competenza**, per acquisire una visione globale del patrimonio e cogliere le migliori opportunità offerte dall'evoluzione dei mercati mondiali;
- **indipendenza e innovazione**, per mettere al servizio del cliente tecnologie professionali all'avanguardia, indirizzate allo sviluppo e alla ricerca dei migliori strumenti presenti sui mercati.

Il servizio alle imprese

In un contesto sempre più globalizzato, che impone

anche alle piccole e medie imprese di confrontarsi con una concorrenza di livello internazionale, il supporto finanziario alla crescita e allo sviluppo richiede competenze specialistiche, conoscenza del mercato e capacità di innovazione dei prodotti e dei servizi. Anche la prossima applicazione del nuovo accordo Basilea2³ sui requisiti patrimoniali delle banche, focalizzando l'attenzione sulla rischiosità degli impieghi, richiederà competenze specialistiche e informazioni approfondite e aggiornate sulle singole imprese e sui loro mercati di riferimento, ai fini dell'applicazione di metodologie di rating avanzate nella valutazione del merito di credito.

Sul versante delle competenze, abbiamo affidato alle società di leasing e soprattutto a **Centrobanca** la mis-

Prodotti BPU "linea etica" di prossima attivazione

PRODOTTI BANCARI E ASSICURATIVI

OBIETTIVO

Carte di credito

Affinity: carte in partnership con singoli enti e associazioni umanitarie.

Tradizionali: sostegno di associazioni ed enti attraverso meccanismi legati al comportamento d'uso della carta da parte dei clienti

Conto corrente per immigrati

Risposta alle primarie necessità di servizi bancari per immigrati in Italia

Servizi e personale dedicati agli immigrati

Progetto Welcome: sportello con personale multi-lingua, manuale dei servizi bancari in quattro lingue straniere (inglese, spagnolo, francese e arabo) e offerta mirata ai cittadini stranieri

Polizze assicurative

Per immigrati: offerta a cittadini extra-comunitari di quattro polizze cauzionali e di una copertura sanitaria temporanea obbligatorie per il rilascio del "permesso di soggiorno temporaneo"

Per Associazioni di volontariato: assicurazione, a condizioni agevolate, da infortuni e altri rischi per gli operatori e i volontari delle Onlus

sione di affiancare le nostre Banche rete nel supporto dello sviluppo delle imprese, attraverso interventi di finanza strutturata, di finanza agevolata e di partecipazione al capitale di rischio. Un ruolo speciale svolgono gli interventi di finanza agevolata e convenzionata, per il loro contributo al processo di innovazione e recupero di competitività che le nostre imprese stanno affrontando con il supporto pubblico e delle Associazioni di categoria.

Abbiamo in corso più di 300 **convenzioni con Associazioni di categoria** ed **Enti di garanzia** (Unione industriali, Artigiancredit, Confapi, Federfidi,

Unionfidi), finalizzate all'erogazione di finanziamenti ordinari (500 milioni di euro erogati nel 2004: +19,3% rispetto al 2003) e di finanziamenti specifici per lo sviluppo competitivo delle Piccole e Medie Imprese: ricerca e innovazione tecnologica, rafforzamento patrimoniale anche in ottica Basilea2, sostegno del "made in Italy" e del turismo sono le principali aree di intervento, con stanziamenti, solo per la componente a medio e lungo termine, per oltre 300 milioni di euro di risorse finanziarie delle nostre Banche. Altri 300 milioni di euro sono stanziati per una convenzione siglata con l'Agenzia delle Entrate, per consentire alle imprese di smobilizzare i crediti IVA.

Principali convenzioni sottoscritte nel 2004

Unione Industriali e Confidi Bergamo	->	20 milioni di euro per la ricerca e l'innovazione tecnologica
Artigiancredit Lombardia, Unione Industriali e Confidi Varese, Assoconfidi Brescia	->	50 milioni di euro per il rafforzamento patrimoniale
Agenzia delle Entrate	->	plafond rotativo di 300 milioni di Euro per l'anticipazione dei crediti IVA

Principali operazioni di intermediazione a fine 2004

BEI (Banca Europea per gli Investimenti)	->	150 milioni di euro da utilizzare per finanziamenti e leasing agevolati alle PMI
Artigiancassa	->	319 operazioni per 23 milioni di euro a imprese artigiane per progetti di investimento
Leggi regionali Lombardia e Piemonte	->	117 operazioni per 12milioni di euro a imprese industriali e di servizi per progetti di investimento
Legge 662-96 Fondo di Garanzia per le PMI	->	155 operazioni per circa 96 milioni di euro
Legge 598-94 Puglia e Calabria	->	19 operazioni per 7 milioni di euro
Legge 36-2001 Calabria	->	7 operazioni per 4,5 milioni di euro

Abbiamo sviluppato competenze specifiche nell'**intermediazione di finanziamenti pubblici agevolati**, connessi agli interventi di sviluppo territoriale comunitari, nazionali e regionali. In particolare con Banca Carime contribuiamo allo sviluppo delle economie meridionali – per certi versi attualmente le più dinamiche nel panorama nazionale – nell'ambito delle azioni di concertazione territoriale con le quali Enti pubblici, forze sociali, privati e sistema bancario hanno sottoscritto un patto di reciproca collaborazione. La Banca partecipa al capitale di numerose società di servizi, chiamate a gestire le risorse finanziarie pubbliche e a offrire supporto finanziario e organizzativo alle piccole e medie imprese artigianali,

agricole e turistiche. Con il concorso di fondi regionali e di fondi messi a disposizione da Carime si è costituito il fondo chiuso PIC-PMI Basilicata, che può contare su un patrimonio di 2,5 milioni di euro per l'acquisizione di quote di minoranza nel capitale di piccole e medie imprese lucane.

Per indirizzare le nostre risorse alle realtà imprenditoriali con le migliori prospettive di successo, lavoriamo, oltre che sulla conoscenza delle singole imprese attraverso gli strumenti della piattaforma di CRM, anche sulla conoscenza approfondita degli specifici mercati in cui le imprese operano, attraverso:

I contenuti di Utilio

	Utilio.mix 30 euro al mese	Utilio.web 52 euro al mese	Utilio.maxi 60 euro al mese
Banca			
Conto corrente: numero di operazioni annue comprese.	200	200	500
Carta di credito Libra Business aziendale.	●	●	●
Sconto canone da listino di Internet Banking e Servizio Pos.	30%	30%	50%
Sconto commissione istruttoria leasing e finanziamenti ipotecari a medio/lungo termine.	30%	30%	50%
Esenzione diritti di custodia e spese di amministrazione del deposito titoli.			●
Canone gratuito per 6 mesi per l'apertura di un c/c personale Duetto.	●	●	●
Assicurazione e Previdenza			
Assicurazione contro gli infortuni per le ditte individuali e le società di persone (pro quota) in caso di morte o invalidità permanente pari o superiore al 60%.	●	●	●
Polizza auto: 15% di sconto sul premio per garanzie incendio e furto, complementare incendio e furto, complementare R.C., eventi speciali.	●	●	●
Polizze multirischi personalizzate e flessibili per coperture relative a rischi tipici connessi con l'attività: 15% di sconto sul premio alla firma.	●	●	●
Polizza per danni a macchinari e attrezzature elettroniche.			●
Polizza sospensione/ritiro patente.			●
Utilio Viaggio Sicuro.			●
Utilio Pronto Intervento.			●
Rimborso spese di iscrizione fondi pensione aperti Arca.	●	●	●
Risparmio			
Tariffe scontate sulla telefonia fissa e mobile con primari operatori.		●	●
Risparmio sulla telefonia fissa con instradatore telefonico.	●	●	●
Sconto carburante presso distributori Q8.		●	con canone aggiuntivo di 6 € al mese
Sconto carburante presso distributori Erg.	●	●	●
Risparmi su controllo assegni, localizzatore satellitare, abbonamento a periodici, tempo libero.	●	●	●
Risparmi su informazioni commerciali, corriere espresso, ricerca del personale.		●	●
E-Commerce			
Vetrina on line.		●	con canone aggiuntivo di 20 € al mese
Gruppi d'acquisto.	●	●	con canone aggiuntivo di 7 € al mese
Informazioni (legali, fiscali, lavoro etc.)	●	●	●

- un'organizzazione delle Aree Crediti della Capogruppo e delle Banche rete che riconosce e favorisce lo sviluppo di competenze sui diversi settori merceologici;
- l'attivazione di Comitati di Settore.

La specializzazione settoriale delle Aree Crediti

tende a rafforzare le competenze di base degli analisti del credito (i cosiddetti settoristi) con competenze specifiche relative ai singoli settori merceologici (dinamiche competitive, tassi di crescita, ecc.) e ai principali attori che vi operano. Per ogni settore analizziamo i dati di sistema relativi ai singoli comparti che lo compongono (microsettori), per definire politiche creditizie coerenti con le attese di crescita degli impieghi e di variazione della rischiosità.

I comitati di settore sono momenti di incontro e confronto con esponenti del tessuto imprenditoriale locale, già sperimentati con successo dalla Banca Popolare Commercio e Industria, per discutere sulle caratteristiche, le dinamiche e le prospettive dei principali comparti del settore. Da questi incontri, che hanno luogo di norma con cadenza semestrale – salvo convocazioni straordinarie in presenza di eventi particolarmente significativi – ricaviamo elementi di valutazione e spunti di riflessione essenziali per esse-

re più efficienti nell'attività creditizia e commerciale. Migliorando la nostra capacità di "anticipare il mercato" e di apprezzare il merito di credito dei singoli progetti imprenditoriali, possiamo servire meglio la crescita e lo sviluppo dei sistemi economici locali e delle imprese che vi operano.

Con riferimento a Basilea2, stiamo già applicando un nostro sistema di rating interno che, con l'entrata in vigore dell'accordo, ci consentirà di ottimizzare l'assorbimento di capitale dei nostri impieghi e di sviluppare ulteriormente il supporto finanziario alle imprese a condizioni correlate all'effettiva rischiosità dell'investimento, con benefici per le imprese più virtuose. Dalla logica del plafond a breve termine si passerà a una logica industriale, basata sull'azienda, sul suo piano industriale e sulla creazione di valore derivante dai singoli progetti. Si tratta di un cambiamento culturale destinato a creare un rapporto più stretto e trasparente tra banca e cliente, basato non solo sul credito ma su un'ampia gamma di prodotti e servizi.

La dimensione e l'articolazione del Gruppo ci consentono di continuare a innovare la nostra offerta anche con la formulazione di pacchetti modulari, che vanno oltre il semplice servizio bancario, per supportare l'imprenditore in tutte le problematiche

I Comitati di settore del Gruppo

SETTORI MERCEOLOGICI	BPB	BPCI	BPA	CARIME
Edilizia (66 - Edilizia; 54 - Materiali da costruzione)	●	●	●	●
Moda (62 - Tessile, Abbigliamento, Calzaturiero)	●	●	●	
Casa (59 - Elettrodomestici, Elettronica, 65 - Cucine, Arredamento)		●	●	
Meccanica (57 - Macchine industriali ed agricole; 53 - Metallurgia)	●	●	●	
Chimica (55 - Farmachimica; 64 - Gomma e Plastica)	●	●		

I settori sono aggregati in base alla tipologia di bilancio (industria, servizi, commercio/distribuzione, edilizia, agricoltura) e alle caratteristiche strutturali delle merceologie, in conformità ai modelli di classificazione utilizzati da CE.BI. Per i settori così individuati, abbiamo previsto la creazione, in seno alle strutture Crediti Corporate delle singole Banche, di unità operative ("Settori") costituite da uno o più analisti con competenze merceologiche specifiche ("settoristi").

Non sono previsti "Settori" nei casi in cui la concentrazione degli impieghi sul comparto merceologico abbia già portato alla formazione di competenze accentrate in Capogruppo (grandi lavori, energia, shipping, comunicazioni, finanziarie).

personali e aziendali connesse alla sua attività. Con l'apporto di BPB Assicurazioni e di Mercato Impresa (Coralis), nel 2004 abbiamo lanciato Utilio, un conto

corrente a pacchetto che mette a disposizione dell'imprenditore servizi bancari, coperture assicurative e previdenziali, opportunità di risparmio su impor-

Patti Chiari

SERVIZI BANCARI

F.A.R.O. – Funzionamento ATM Rilevato Online	Miglioramento della qualità del servizio bancomat e riduzione dei malfunzionamenti	Attivata e certificata
Conti correnti a confronto	Comparabilità delle offerte delle diverse banche per agevolare il cliente nella scelta	aprile 2005
Servizi bancari di base	Servizi di base per chi non ha un conto corrente: famiglie a basso reddito, fasce deboli, immigrati	febbraio 2005
Tempi certi di disponibilità delle somme versate con assegno	Trasparenza	aprile 2005

CREDITO

Criteri di valutazione della capacità di credito	Chiarezza e trasparenza per migliorare il dialogo con le imprese sui piani e le scelte di investimento	Attivata e certificata
Tempi medi di risposta sul credito alle piccole e medie imprese	Informazione sui tempi medi di decisione delle banche, per regione e per fasce di importo	febbraio 2005

RISPARMIO

Obbligazioni a basso rischio – basso rendimento	Elenco dei titoli obbligazionari più semplici e affidabili	Attivata e certificata
Obbligazioni bancarie strutturate e/o subordinate	Informazioni per la comprensibilità dei titoli complessi e per la comprensione del loro profilo di rischio	Attivata e certificata

tanti voci di spesa (spese telefoniche, carburanti, materiali di consumo per l'ufficio ecc.), servizi di commercio elettronico, servizi informativi e di consulenza legale, fiscale e del lavoro; il tutto con la trasparenza e la chiarezza di un canone fisso. Nella direzione dell'integrazione dei servizi vanno anche le nuove carte di credito **Libra Business** per le piccole imprese e i liberi professionisti e **Libra Corporate** per le grandi aziende, di cui il Gruppo è emittente per i circuiti MasterCard e Visa tramite Banca 24-7: le carte incorporano anche protezioni assicurative e servizi di prenotazione e assistenza per i viaggi.

Il valore dell'etica professionale

Nella nostra attività è importante mantenere salda la rotta fondata su comportamenti eticamente corretti. Abbiamo sempre perseguito una strada di serietà e trasparenza, che ci ha portato a rispettare scrupolosamente le norme sulla trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari, ad aderire ai Codici di condotta proposti dall'ABI (**Codice di Comportamento per il Settore Bancario e Finanziario** del 1996 e **Codice di Condotta per il Credito Ipotecario** del 2002) e più recentemente a partecipare al consorzio di banche che hanno sottoscritto il progetto Patti Chiari dell'ABI.

Patti Chiari è il marchio che rappresenta un insieme di iniziative per migliorare il dialogo tra banca e cliente attraverso la trasparenza, la chiarezza, la comprensibilità e la comparabilità delle offerte e attraverso piani di comunicazione e di educazione finanziaria rivolti al pubblico. La corretta realizzazione delle iniziative è garantita dal marchio rilasciato a seguito di certificazione da parte di enti indipendenti, da ottenere entro 18 mesi dall'attiva-

zione delle singole iniziative. Il 21 Gennaio abbiamo ottenuto da Certiquality la certificazione delle quattro iniziative attivate nel 2003; prevediamo di aderire alle altre quattro iniziative entro il primo semestre dell'anno in corso. Per monitorare la percezione di Patti Chiari e delle relative iniziative, abbiamo avviato un'indagine su un campione significativo di clienti: in alcune filiali, per cinque giornate consecutive, proponiamo un questionario in forma rigorosamente anonima ai primi dieci clienti con cui entriamo in contatto.

Perché i prodotti ideati dalle "fabbriche" finanziarie del Gruppo siano sempre conformi alle regole della nostra etica professionale, nell'ambito del programma Master abbiamo adottato un modello di offerta che prevede un processo di sviluppo "certificato", fondato sulla preventiva approvazione del **Comitato Prodotti** della Capogruppo e su un adeguato supporto informativo alla rete distributiva. Al comitato partecipano l'Amministratore delegato e i responsabili dell'Area Commerciale, dell'Area Finanza e della Consulenza Legale. I prodotti finanziari, in particolare, sono attentamente valutati da più punti di vista, al fine di garantirne la rispondenza alla normativa di riferimento, l'allineamento alle condizioni di mercato e la qualità intrinseca in termini di rapporto tra rischiosità e capacità/probabilità di conseguire rendimenti di mercato. Nel 2004 il comitato si è riunito 13 volte e per l'anno in corso sono previste riunioni mensili.

Il valore del dialogo

Una comunicazione continua, chiara e attendibile è fondamentale per mantenere vivo nel tempo il rapporto di fiducia che sta alla base di una relazione stabile e duratura. Essa si realizza attraverso la

Blocco dei prezzi

Nel 2004 abbiamo lanciato l'iniziativa "blocco dei prezzi", con cui ci siamo impegnati a non aumentare, almeno fino al Gennaio 2006, il canone mensile di Duetto e di Utilio, prodotti su cui puntiamo particolarmente per il servizio alle famiglie e alle imprese.

comunicazione obbligatoria dei fogli informativi analitici, esposti in tutte le filiali, e degli estratti conto inviati a domicilio, ma soprattutto attraverso la competenza e la capacità di relazione del nostro personale di filiale e degli operatori della Banca Telefonica. Abbiamo aperto numeri verdi dedicati al credito al consumo e al conto corrente multiservizi Duetto e abbiamo arricchito il portale Internet del Gruppo, inserendovi anche indirizzi e-mail specifici per ogni area di interesse.

Nei singoli mercati locali, nei quali vogliamo essere sempre più presenti con la velocità, l'efficienza e il rapporto propri di banca del territorio, non è sufficiente la sola attività di comunicazione. In quest'ottica vanno letti il programma Master, il modello di soddisfazione-loyalty che prevede la realizzazione di gruppi di discussione con campioni di clientela, i Comitati di settore e i Comitati territoriali: canali di dialogo per il miglioramento continuo della nostra capacità di ascolto e di reazione.

Il 15 Luglio 2004 abbiamo istituito il **Comitato per il Territorio di Varese**, che rappresenta un importante collegamento continuo con il territorio e uno strumento di monitoraggio delle dinamiche di trasformazione locale attraverso lo scambio di istanze, informazioni e aspettative. Vi partecipano rappresentanti delle categorie imprenditoriali e professionali, esponenti del mondo universitario locale e, per il Gruppo, esponenti di Banca Popolare di Bergamo e di Banca Popolare Commercio e Industria che per provenienza e cultura sono particolarmente sensibili alle problematiche locali. Sulla base dell'esperienza di questo primo comitato, prevediamo di attivarne altri nelle principali province di interesse delle nostre Banche.

No alle armi

Fin dalla sua nascita, il Gruppo BPU Banca ha scelto di astenersi "definitivamente dalla prestazione di tutti i servizi bancari e finanziari direttamente riferiti a operazioni connesse con l'esportazione, l'importazione e il transito di materiali di armamento".

I valori che ci guidano



Soddisfazione del cliente

Essere aperti al dialogo valorizzando la relazione commerciale quale fondamentale punto di riferimento per migliorare la qualità dei prodotti e servizi.

Rendere eccezionale ogni incontro, aiutando i nostri interlocutori a meglio individuare le proprie aspettative.

Ottenere risultati attraverso la soddisfazione del cliente.

I rapporti con la collettività

Nella tradizione che per storia e missione vede le nostre Banche profondamente radicate sul territorio, abbiamo sempre testimoniato con continuità il nostro essere parte attiva delle realtà locali in cui siamo inseriti. Con il sostegno economico e l'intervento diretto in iniziative e progetti di interesse comune, guardiamo oltre l'orizzonte dei nostri soci e azionisti, del nostro personale e dei nostri clienti, per contribuire a migliorare la qualità della vita di tutta la collettività.

Le banche del Gruppo si muovono liberamente sul loro territorio, del quale conoscono intimamente gli interessi sociali, culturali, scientifici, solidaristici e ambientali al pari di quelli economici. Secondo la propria sensibilità, ognuna di esse privilegia gli ambiti di intervento che appaiono più significativi per il suo territorio di riferimento.

Nella fitta trama di interventi che le banche nel complesso realizzano, si inseriscono le iniziative di più ampia portata della Capogruppo e delle sue Fondazioni. La **Fondazione Banca Popolare di Bergamo Onlus**, attiva da tempo, ha per missione di contribuire al recupero del patrimonio artistico e architettonico del territorio bergamasco, di sostenere enti e iniziative di promozione artistica e culturale e di perseguire scopi di carattere socio-assistenziale. La **Fondazione Banche**

Popolari Unite per Varese, nata il 15 luglio 2004, è stata voluta per meglio cogliere le esigenze di un territorio e di una comunità in cui abbiamo ben 115 sportelli. È in attesa di ottenere la personalità giuridica per potere iniziare la sua attività, alla quale abbiamo destinato un patrimonio di 5 milioni di euro che BPU Banca costituirà in cinque anni.

Il valore della partecipazione alla vita del territorio

Ogni nostra banca, per previsione statutaria, destina una parte degli utili ad attività di carattere sociale, culturale, scientifico, solidaristico o sportivo; per scelta promuove la propria immagine unendo il proprio marchio ad associazioni e personalità del mondo del volontariato, della cultura e dello sport, che rappresentano esempi positivi per le nostre comunità.

Le informazioni raccolte dalle Banche rete per il 2004 ci restituiscono un quadro di oltre 2.200 interventi per un totale di 8,3 milioni di euro. Sono soprattutto piccoli interventi (oltre i 3/4 sono di importo unitario inferiore a 2.000 euro), che attraverso la sensibilità delle nostre filiali contribuiscono alla vita di centinaia di enti e associazioni laiche e confessionali sparse sul territorio, animando un'intensa attività, importante per le singole realtà locali. Ne citiamo alcuni, per dare il senso del nostro impegno nelle diverse aree di intervento.

IL "FONDO CONSIGLIO": RISERVA STATUTARIA A DISPOSIZIONE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE PER SCOPI SOCIALI

	quota utile netto annuale	accantonamenti da bilancio 2004
Banche Popolari Unite S.c.r.l.	1,5%	3.573.650
Banca Popolare di Bergamo S.p.A.	1% max	1.458.058
Banca Popolare Commercio e Industria S.p.A.	1% max	602.004
Banca Carime S.p.A.	3% max	250.000
Banca Popolare di Ancona S.p.A.	4% max	1.000.000
Cassa di Risparmio di Fano S.p.A.	4% max	193.091
Banca Popolare di Todi S.p.A.	4% max	100.000

Recupero del patrimonio artistico e architettonico

Il nostro paese è ricco di preziosi capolavori artistici e architettonici, che spesso giacciono abbandonati e dimenticati per lungo tempo. È un nostro punto di orgoglio contribuire a restituire alla collettività la fruizione e il godimento di tante bellezze, che attraverso il richiamo turistico possono contribuire anche allo sviluppo delle economie locali.

Nel 2004 **Banca Carime** ha supportato finanziariamente il **Progetto Pietro Bernini - Restauro e recupero del Tabernacolo di Colloredo**: lavori di indagine diagnostica e di restauro del famoso tabernacolo, opera dell'insigne scultore attivo agli inizi del '600, padre e primo maestro di Gian Lorenzo. L'operazione ha il pregio culturale di focalizzare l'attenzione sulla presenza in Calabria di capolavori dovuti a Pietro Bernini: dodici opere accertate, collocate nelle chiese di Saracena (CS), Amantea (CS) e Polistena (RC), oltre che a Morano, dove ne sono state individuate otto.

Ancora **Banca Carime** ha sovvenzionato il **Restauro della Cappella dei Santi Martiri nella cripta del Duomo di San Matteo a Salerno**. L'altare, un gioiello artistico in marmo bianco, giallo e verde antico, donato nel 1753 dall'Almo Collegio Salernitano alla Cattedrale, si trovava in stato di forte degrado a causa dell'incuria e delle manomissioni succedutesi nel tempo. Ora è ritornato agli antichi splendori.

Banca Popolare di Ancona ha donato alla **Pinacoteca Civica di Jesi** il dipinto Vergine Orante – Mater Amabilis - del celebre artista marchigiano del '600 Giovanni Battista Salvi, detto il Sassoferrato dal nome della cittadina di nascita, universalmente riconosciuto quale Caposcuola della Iconografia Sacra della Vergine.

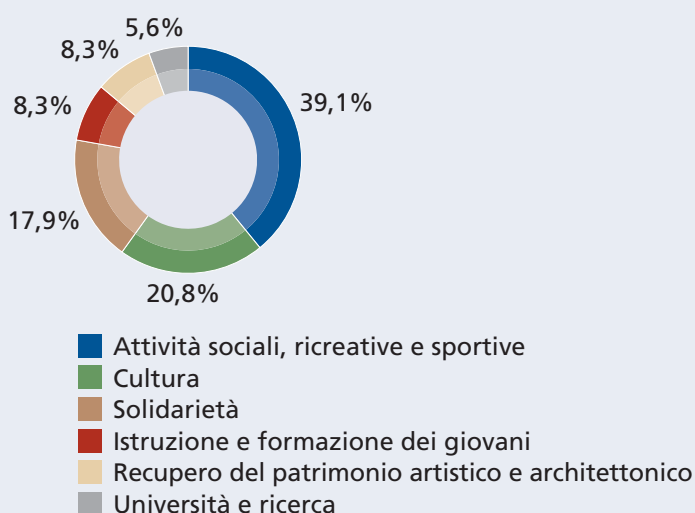
Con il cospicuo contributo della **Fondazione Banca Popolare di Bergamo** (2,6 milioni di euro di cui gli ultimi 200 mila erogati nel 2004), l'**Università di Bergamo** ha acquisito nuovi spazi nel prestigioso **complesso storico di S. Agostino**. L'ex monastero, sapientemente restaurato, oggi accoglie la Facoltà di Lettere e Filosofia e la biblioteca di Lingue e Lettere. Spazi piccoli e raccolti, per una didattica "fine" in un ambiente che vede valorizzato il suo delicato equilibrio architettonico.

Cultura

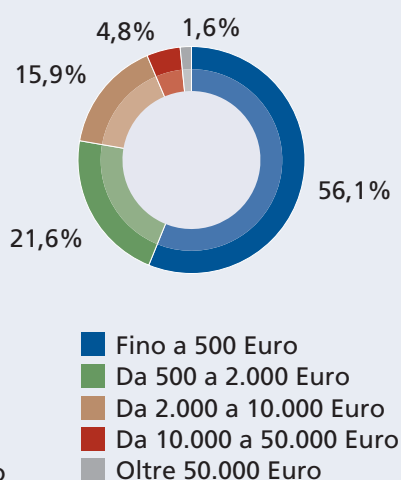
La cultura è amore per il bello, recupero delle nostre radici nella storia, pensiero creativo per un futuro migliore. Insieme al recupero del patrimonio artistico e architettonico, l'interesse per la cultura e per l'arte rientra in quella tradizione di neo-mecenatismo che trova nelle banche il maggior sostenitore dei grandi e piccoli eventi che arricchiscono la vita delle nostre città.

Il 13 Novembre 2004 si è aperta a Bergamo la mostra **Lo sguardo sulla realtà**, organizzata dal Museo Adriano Bernareggi con **BPU Banca** quale

Le aree di intervento nel 2004



Distribuzione degli interventi per importo



sponsor ufficiale. Dedicata al pittore Giovan Battista Moroni, una delle figure più rappresentative del panorama artistico del Cinquecento, la mostra è improntata a una ragionata quanto sorprendente ricerca sulla sua iconografia sacra, pur con un'auto-revole presenza della ritrattistica di cui la critica più accreditata ha sancito universalmente l'eccellenza. Il suo successo di pubblico testimonia il valore di una proposta culturale che non soltanto ribadisce l'indiscussa valenza ritrattistica di Moroni, ma sottolinea un aspetto tanto esteso quanto vitale della sua arte, meno noto al grande pubblico.

Banca Carime vanta una collezione di dipinti di rilievo, ricca di tele del seicento e del settecento, tra le quali spiccano opere di scuola caravaggesca e di importanti artisti napoletani. La Banca offre volentieri queste opere alla fruizione del pubblico: anche lo scorso anno ha tratto dalla propria collezione un evento espositivo importante per il territorio, una mostra di dipinti antichi e moderni organizzata in collaborazione con la **Soprintendenza di Matera** e con il patrocinio degli Enti pubblici territoriali (Regione, Provincia e Comune). La mostra è stata

ospitata dal 18 novembre 2004 a fine aprile 2005 nel Museo Nazionale d'Arte Medievale e Moderna della Basilicata, a Palazzo Lanfranchi.

Federico II, nato a Jesi, determinò l'archetipo del cittadino europeo, con un impatto che coinvolse gran parte dei territori in cui oggi è attiva la **Banca Popolare di Ancona**. Per questo motivo la nostra banca rete ha sostenuto e condiviso con l'Assessorato alla Cultura del Comune di Jesi la **mostra su Federico II**, realizzata presso la sala, detta La Salara, di Palazzo della Signoria con le opere dell'artista Floriano Ippoliti.

L'associazione **"Amici del Sacro Monte"** – associazione senza fini di lucro formata da oltre 400 soci volontari – ha lo scopo di valorizzare e far conoscere il Sacro Monte di Varese, dichiarato dall'UNESCO patrimonio dell'Umanità. Per la ricorrenza dei 400 anni di costruzione del Viale del Rosario (percorso pedonale in ciottolato con 14 cappelle artistiche e più di 300 statue a grandezza naturale, che conduce al Santuario della Madonna del Monte costruito nel 968), **BPU Banca** ha

Codice Atletico



- Il Codice Atletico riconosce lo sport quale attività socio-culturale che arricchisce la società e aumenta l'amicizia fra le nazioni, a condizione di essere praticato lealmente.
- Il Codice Atletico si ispira ai valori espressi dalla carta del Fair Play, promulgata dal Panathlon International (riportata in allegato), quale espressione della vera natura dello sport e della sua funzione di crescita morale della società.
- Il principio fondamentale del Codice è che i valori espressi nella carta del Fair Play non sono elementi facoltativi, ma qualcosa d'essenziale in ogni attività sportiva, a tutti i livelli di abilità e di impegno: dallo sport ricreativo a quello agonistico.

Codice di comportamento:

1. Accetto e riconosco i valori universali espressi nella carta del Fair Play, ispirando ogni mio comportamento nella pratica sportiva a questi principi.
2. Mi impegno altresì a divulgare e diffondere detti valori presso gli altri atleti, anche avversari, gli allenatori, gli allievi, gli arbitri/giudici di gara, i rappresentanti delle federazioni sportive, i giornalisti, i tifosi e il pubblico in generale.
3. Riconosco il diritto di ciascuno a praticare uno sport e trarne soddisfazione.
4. Mi impegno nella lotta per la lealtà: contro le astuzie al limite della regola, il doping, la violenza (sia fisica che verbale), lo sfruttamento, la disuguaglianza delle opportunità, la commercializzazione eccessiva e la corruzione.
5. Riconosco il valore della vittoria come frutto dell'allenamento, dell'impegno e del sacrificio. Non come sopraffazione e annientamento dell'avversario.
6. Rispetto le regole come strumento necessario per vivere lo sport e condividere con gli altri il gioco, nel rispetto di ciascuno.
7. Mi impegno a dichiarare la mia adesione al Codice, apponendo il logo Atletico nella divisa sportiva ufficiale, e a divulgarne i valori anche al di fuori della pratica sportiva.
8. Sono a conoscenza che il Codice Atletico è un'iniziativa della Banca Popolare di Ancona, volta a promuovere l'etica nello sport, e con la mia adesione contribuisco ad ampliarne ulteriormente la diffusione e la conoscenza.

patrocinato due importanti iniziative:

- la pubblicazione di una guida, completo strumento di consultazione per le migliaia di fedeli e di visitatori che ogni anno visitano il luogo sacro;
- una mostra nella quale è stato esposto il plastico del monte (alto 3 metri e lungo 4), che riproduce fedelmente il percorso del Viale.

Da diciannove anni a Milano viene assegnato il **premio Eleonora Duse**, istituito e patrocinato dalla **Banca Popolare Commercio e Industria**. Il premio è destinato a un'attrice che si sia distinta particolarmente nel corso della stagione di prosa in Italia o all'estero. La manifestazione del 2004 si è svolta il 18 Ottobre al teatro Manzoni e ha visto vincitrice l'attrice Maddalena Crippa. La storia del premio è diventata oggetto di un libro, presentato durante la serata – "Il Premio Duse, da un'idea nata 20 anni fa ..." – edito dalla stessa Banca e realizzato per l'occasione.

Banca Popolare Commercio e Industria ha sponsorizzato la manifestazione "**Le Vie dell'Oriente**", organizzata dalle Camere di Commercio Italiane in India, Hong Kong, Singapore e Thailandia per creare momenti di incontro e di conoscenza tra culture tanto diverse, a supporto dei reciproci scambi economici e dell'internazionalizzazione delle nostre imprese. La Banca, in particolare, ha allestito "eticamente" il proprio Cortile della Seta per ospitarvi "Dimensione Asia", spazio dedicato ai molteplici

aspetti economici e culturali dell'Asia.

Nel 2004 è giunta alla terza e conclusiva tappa – con il periodo 1970-1981 – la mostra "**Arte a Bergamo**", sponsorizzata dalla **Banca Popolare di Bergamo**. L'intero ciclo ha abbracciato le stagioni di fermento culturale e artistico che coinvolsero ogni ambito della società bergamasca, toccando eventi e artisti che non rimasero racchiusi nello stretto ambito locale, ma conferirono al nostro territorio non poco prestigio nel panorama nazionale e oltre. Nel novero delle diverse iniziative, che segnarono quei tempi in modo indelebile, anche un'iniziativa editoriale della stessa Banca, che verso la metà degli anni Settanta diede alle stampe i primi volumi della famosa collana "I Pittori Bergamaschi", opera apprezzata dai più importanti musei e gallerie d'arte del mondo.

Sport

Per i valori positivi di cui è portatore, lo sport riveste un ruolo educativo particolarmente importante per le giovani generazioni e rappresenta un'efficace disciplina. Le nostre banche sponsorizzano da sempre numerose associazioni e manifestazioni sportive, con un'attenzione particolare per gli eventi in cui lo sport diventa anche occasione di solidarietà. Incoraggiamo lo sport "pulito", quello delle tante discipline "minori" e delle squadre gio-

Carta del Fair Play – Panathlon International

Qualunque sia il mio ruolo nello sport, anche da spettatore, mi impegno a:

- fare di ogni incontro sportivo, poco importa la posta in palio e la rilevanza dell'avvenimento, un momento privilegiato, una sorta di festa;
- conformarmi alle regole ed allo spirito dello sport praticato;
- rispettare i miei avversari come me stesso;
- accettare le decisioni degli arbitri e dei giudici sportivi, sapendo che come me hanno diritto all'errore, ma fanno di tutto per non commetterlo;
- evitare la cattiveria nei miei atti, parole o scritti;
- non usare artifici o inganni per ottenere il successo;
- essere degno nella vittoria, come nella sconfitta;
- aiutare ognuno, con la mia presenza, la mia esperienza e la mia comprensione;
- soccorrere ogni sportivo ferito, o la cui vita è in pericolo;
- essere realmente ambasciatore dello sport, aiutando a far rispettare intorno a me i principi qui affermati;

Onorando questo impegno, sarò un vero sportivo.

vanili, mosso dalla passione più che dagli interessi economici.

A questo spirito rispondono anche le sponsorizzazioni di manifestazioni importanti, come la **Tre Valli Varesine**, che ha visto sfilare i più grandi campioni del pedale di tutti i tempi e vive da più di trent'anni con il supporto della **Banca Popolare di Bergamo**, o il **Concorso Ippico Internazionale di San Patrignano – Challenge Vincenzo Muccioli**, che è ormai uno dei più importanti appuntamenti del mondo equestre internazionale, o il **Trofeo di Golf Banca Popolare Commercio e Industria A.Ce.S.M.** per la raccolta di fondi a favore dell'Associazione Amici Centro per la Sclerosi Multipla dell'Istituto Scientifico H San Raffaele Onlus.

Quest'anno però vogliamo dare particolare rilievo all'iniziativa ideata dalla **Banca Popolare di Ancona** per diffondere e consolidare l'etica dello sport. Ispirandosi alla Carta del Fair Play, promulgata dal Panathlon International*, la Banca ha redatto il **Codice Atletico**, un documento che detta i principi etici cui si devono attenere i dirigenti e gli atleti delle società sportive sponsorizzate. Il 26 gennaio 2004, con l'adesione delle prime 12 società sportive, il Codice Atletico è stato presentato ufficialmente alla stampa, alla presenza di testimonial di primissimo livello quali **Stefano Cerioni**, **Roberto Mancini** e **Valentina Vezzali**: atleti che nella loro carriera hanno portato i valori dello sport ai massimi livelli olimpici. Firmando il Codice Atletico e facendolo a loro volta sottoscrivere a tutti i propri dirigenti, allenatori e atleti, le società sportive sponsorizzate dalla Banca dichiarano la loro piena condivisione delle regole in esso contenute e si impegnano a rispettarle e a promuoverle anche all'esterno. Un impegno morale, che viene dichiarato apertamente anche attraverso l'apposizione del logo Atletico sulle divise sportive ufficiali.

Istruzione e formazione

Attraverso le nostre banche collaboriamo con tante istituzioni scolastiche e universitarie, laiche e con-

fessionali, perché la pluralità dell'offerta formativa è una ricchezza da valorizzare. Offriamo stage formativi, borse di studio, prestiti d'onore, contributi per la realizzazione di progetti specifici.

Rapporti ormai consolidati uniscono la **Banca Popolare di Bergamo** all'**Università di Bergamo**, anche tramite il sostegno all'Associazione Pro Universitate Bergomensis, mentre **Banca Carime** collabora con l'**Università della Calabria** tramite la Fondazione Calabria Scienza Oggi e con l'Università di Bari e la **Banca Popolare di Ancona** ha stretto rapporti con l'**Università di Ancona**. Poiché ciascun territorio merita di poter far crescere i propri giovani in una prospettiva di realizzazione umana e professionale, nell'offerta di tirocini formativi e di orientamento stiamo dedicando particolare attenzione alle regioni meridionali. Ne è un esempio il **Progetto Vivaio**, che riserva il 60% dei 130 stage previsti alle aree di influenza di Banca Carime, attraverso convenzioni con le locali università.

Altri esempi di fertile collaborazione con istituzioni scolastiche vengono dalla **Banca Popolare di Bergamo** con gli **I.T.I.S. Paleocapa e Natta** di Bergamo e con l'**Istituto Professionale per l'Agricoltura Giordano Dell'Amore** di Minoprio (CO), dalla **Cassa di Risparmio di Fano** con il locale **Istituto Tecnico Commerciale Cesare Battisti**, di **Banca Popolare Commercio e Industria** con la scuola di alto perfezionamento musicale **Accademia Pianistica "Incontri col Maestro"** di Imola e con l'**Associazione Genitori delle Scuole Cattoliche di Milano**.

Tra le iniziative legate all'offerta di borse di studio, ne ricordiamo alcune particolarmente importanti per le motivazioni da cui sono nate:

- alla promozione delle pari opportunità si ispirano le due borse di studio dedicate a **Lucia Coppi**, prima donna dirigente della **Banca Popolare di Bergamo**, rivolte a giovani studentesse universitarie o post-universitarie che intendono effettuare studi di perfezionamento in campo economico-giuridico, con particolare riguardo per l'area bancaria o finanziaria;

- per offrire ai giovani l'opportunità di crescere confrontandosi con culture e stili di vita diversi, **Bpu Banca** offre tre borse di studio per la frequenza di un anno scolastico all'estero con **Intercultura** (associazione senza scopo di lucro che opera in oltre 60 paesi in collaborazione con le famiglie e gli istituti scolastici);
- lo stesso intento di BPU Banca anima l'iniziativa di **Banca Carime**, che offre una borsa di studio a sostegno della carriera accademica di giovani studenti, nell'ambito di progetti di scambio didattico-formativo con università straniere.

La formazione dei giovani non è solo formazione scolastica e universitaria, ma prima di tutto costruzione di un senso civico e di rispetto per sé e per gli altri. In quest'ottica si muove il **progetto Strade a Colori** – anticipato nel Bilancio Sociale 2003 – prima parte di un programma triennale di inclusione sociale per gli adolescenti della circoscrizione periferica San Paolo-Stanic di Bari. Il progetto – con **Banca Carime** nel ruolo di finanziatore – viene gestito dalla **Fondazione Giovanni Paolo II** su due direttrici: una finalizzata a fare della "strada" uno spazio di incontro educativo, l'altra volta ad attivare laboratori di orientamento formativo e professionale. Le attività di strada hanno coinvolto in questo primo anno 30 ragazzi, con una postazione informatica mobile collegata a Internet, che è diventata il supporto logistico-organizzativo degli educatori.

Ricerca e innovazione

L'attuale congiuntura economica, che vede il settore produttivo del nostro paese in affanno nel tenere il passo con il ritmo dell'innovazione tecnologica degli altri paesi europei ed extra-europei, richiede uno sforzo comune di tutte le istituzioni. BPU partecipa a questo sforzo, oltre che con la propria attività istituzionale, anche con il sostegno diretto alla ricerca. Nei giorni 20-21 e 22 Settembre si è svolta presso la Nuova fiera di Bergamo la **XXI conferenza mondiale dei parchi scientifici e tecnologici** promossa da Servitec, organizzazione che associa 500 parchi scientifici e tecnologici di 64 diversi Paesi in

tutti i continenti. L'evento, a cui **Bpu Banca** non ha voluto mancare e che ha visto la partecipazione di più di 450 congressisti, ha rappresentato un punto di incontro e di confronto fra coloro che, all'interno dei parchi scientifici, delle Università, dei Governi e delle aziende, formano e utilizzano la catena del sapere scientifico e tecnologico.

Alla ricerca come mezzo per il miglioramento della qualità della vita, sono invece dirette tante collaborazioni che negli anni hanno visto le nostre banche interessarsi alle esigenze di case di cura pubbliche e private, di associazioni e di istituti di ricerca, che talvolta hanno raggiunto livelli di eccellenza riconosciuti a livello nazionale e internazionale. È il caso dell'**Istituto di Ricerche Farmacologiche Mario Negri**, che opera dal 1961 nel campo della ricerca biomedica, in particolare sul cancro, sulle malattie nervose e mentali, sulle patologie del cuore e dei vasi sanguigni. Nel 2004 la **Banca Popolare di Todì** ha finanziato una borsa di studio per la formazione professionale di tecnici di laboratorio e di ricercatori laureati, mentre la **sezione solidarietà del CRAL del personale di BPU e BPB** ha devoluto un contributo che riceve annualmente dalle due banche, frutto della rinuncia di tutti i dipendenti alla tradizionale colomba pasquale.

La **Banca Popolare di Ancona** ha contribuito alla realizzazione della seconda fase del progetto di ricerca sull'impiego della robotica educativa come sussidio alle terapie di riabilitazione, promossa dalla **A.I.A.S. "Peppino Scoppa" Onlus** e dal **Centro Medico riabilitativo** di Anagni (SA) in collaborazione con la Facoltà di Psicologia II dell'università di Napoli e con il Dipartimento della Comunicazione dell'università di Siena.

Solidarietà

La solidarietà non ha confini. Nelle piccole e grandi calamità, nelle situazioni di disagio, nelle tante condizioni di sofferenza che nascono da malattie, guerre e povertà, essa porta fiducia, dignità e speranza alle persone. Le nostre banche e il personale contribuiscono all'attività di tante associazioni impegnate

in Italia e nel mondo.

Il CRAL del personale di BPU e BPB, grazie al contributo dei colleghi, gestisce un programma di **adozioni a distanza** che ha fino ad oggi coinvolto 350 bambini in Malawi, Perù, Eritrea e Brasile. Ai bambini più sfortunati è dedicata anche l'attività della **Comunità Don Lorenzo Milani** di Don Fausto Resmini a Sorisole (BG), che si occupa del recupero e del reinserimento sociale di minori sottoposti a provvedimenti penali o raccolti sulla strada: anche grazie al contributo di **BPU Banca**, Don Resmini sta realizzando un progetto di recupero e adeguamento di laboratori polifunzionali, al servizio dei progetti educativi della Comunità.

Anche attraverso l'attività bancaria talvolta possiamo fare opera di solidarietà. Per aiutare le famiglie meno abbienti ad affrontare il problema della casa, la

Banca Popolare di Todi ha sostenuto con un mutuo agevolato di 900.000 euro un'iniziativa unica nel suo genere (certamente la prima esperienza in Umbria): un programma di autocostruzione fondato sul lavoro degli stessi futuri proprietari che, con la direzione di esperti del settore, l'appoggio delle Amministrazioni locali e le facilitazioni creditizie offerte dalla Banca, può abbattere i costi di produzione fino al 70% dei valori correnti di mercato. Questo progetto ha coinvolto 13 autocostruttori, che hanno già iniziato a realizzare insieme la propria casa.

Nelle iniziative benefiche in campo sanitario è in prima linea, tra le altre, la **Banca Popolare di Bergamo**. I contributi a favore delle sale parto dell'**Ospedale di Alzano Lombardo**, del **Nucleo Alzheimer del complesso ospedaliero di Urgnano**, della **Cooperativa Sociale Raphael** di Clusane (BS) per una struttura ambulatoriale e domi-

Cambia carta, cambia il mondo

Anche nell'attività istituzionale di promozione della nostra immagine e dei nostri prodotti realizziamo occasioni di sostegno a progetti di solidarietà. Abbiamo appena lanciato la campagna "Cambia carta, cambia il mondo" a favore di quattro progetti umanitari del CESVI* per incentivare l'emissione delle nostre carte di credito Lybra Mastercard.

Per ogni carta emessa da Banca 24-7 su richiesta di emissione/conversione da parte della clientela, BPU Banca devolverà 3 euro (con un massimo di 300.000 euro) a uno dei quattro progetti umanitari di CESVI a scelta del cliente:

- Sanità - Fondo Takunda per la lotta all'AIDS in Africa
- Emergenza e Sviluppo - adozioni a distanza di bambini scampati al maremoto in India
- Eco-sviluppo: sviluppo - comunitario e conservazione ambientale in Zimbabwe
- Micro-credito: sostegno - di piccole imprese in Uruguay

* Associazione umanitaria laica e indipendente, fondata a Bergamo nel 1985 e impegnata nella lotta alla povertà in molti Paesi di tutti i continenti.

ciliare di assistenza ai malati terminali, dell'**Associazione Cure Palliative** di Bergamo dedicata ai malati oncologici sono tutti esempi dello spirito di solidarietà che anima la Banca.

La cultura come veicolo di solidarietà è il movente di tanti eventi, promossi dalla **Banca Popolare Commercio e Industria** sfruttando il grande spazio espositivo del Cortile della Seta. La 25° edizione del **premio Nazionale di Poesia e Narrativa**, alla quale anno partecipato più di 1.600 autori, oltre a far conoscere nuovi talenti, è stata un momento di solidarietà con l'attività dell'**Associazione "Libro parlato"** a favore dei non vedenti. Alla ristrutturazione della **Casa di Accoglienza Beatrice Vitello** – struttura per i malati in terapia dell'Ospedale Maggiore di Milano – è andato il ricavato di una delle tante esposizioni personali e collettive, dedicata all'arte moderna e contemporanea.

Il valore dell'attenzione all'ambiente

Gli impatti ambientali dell'attività bancaria sono certamente più limitati rispetto a quelli di altre imprese industriali, ma non per questo meno importanti nel percorso che tutti insieme – imprese, famiglie, Governi e Amministrazioni pubbliche – dobbiamo fare per lasciare ai nostri figli un mondo migliore. Per questo ci impegniamo e esercitare con consapevolezza e senso di responsabilità il nostro ruolo di attore economico di livello nazionale, rispettando il patrimonio ambientale dei singoli territori nei quali operiamo. Combattiamo ogni forma di spreco e promuoviamo attivamente – in relazione alle migliori tecnologie disponibili e in ottica di ottimizzazione del rapporto costi/benefici – iniziative volte al risparmio energetico, alla conservazione delle risorse naturali e al recupero/riciclaggio dei rifiuti. La nostra gestione ambientale è presidiata dalla

Consorzio Abi Energia

Obiettivi

- Riduzione dei consumi energetici
- Riduzione dei costi di approvvigionamento energetico
- Riduzione del rischio operativo associato all'utilizzo di energia
- Riduzione dell'impatto ambientale del consumo energetico

Iniziative avviate

- Gruppo di lavoro finalizzato alla standardizzazione della rendicontazione elettronica da parte dei fornitori
- Stipula di nuovi contratti di energia elettrica sul con risparmi previsti nell'ordine del 10%
- Analisi di nuove tecnologie con i partner tecnologici (es. cogenerazioni e microcentrali per i centri di calcolo)
- Preparazione di un decalogo comportamentale

Attività qualificanti di ricerca e formazione

- Definizione di criteri generali per la manutenzione e la gestione degli impianti
- Definizione e diffusione di metodologie di auditing e di indicatori di consumo energetico
- Realizzazione di benchmark sui consumi e sui costi dell'energia a livello di sistema e creazione di una banca dati dell'energia
- Ricerca e sviluppo sulle tecnologie a supporto della gestione energetica e sulle fonti rinnovabili
- Formazione e informazione alle banche per la gestione razionale dell'energia

Iniziative avviate

- Analisi di fattibilità di una certificazione ABI Energia
- Corsi e convegni
- Informazioni sul portale Internet del Gruppo

Direzione Logistica e dalla Direzione Acquisti, nell'ambito delle rispettive competenze. Sul fronte energetico perseguiamo la riduzione dei consumi, che si traduce anche in un sensibile risparmio di costi, mentre sul fronte degli acquisti di attrezzature e materiali di consumo per gli uffici privilegiamo prodotti a basso impatto ambientale (es. carta lavorata in assenza di cloro, buste a uso interno riutilizzabili in carta riciclata, cartucce toner ricaricabili).

Già a fine 2003 avevamo costituito, insieme ad altre 19 banche, il consorzio ABI Energia, un organismo senza scopo di lucro per l'erogazione di servizi nell'ambito del settore energetico. Il consorzio si propone come "polo di ricerca e di formazione", per tutte le attività legate all'ottimizzazione dell'uso dell'energia, e come "gruppo di acquisto", per l'ottenimento di condizioni vantaggiose sia sul mercato nazionale che sul mercato internazionale, privilegiando canali di fornitura di energia rinnovabile.

La decisione più importante del 2004 è stata l'assunzione di un Energy Manager di Gruppo, al quale sono state affidate le politiche e le procedure in materia di conservazione e uso razionale dell'energia, di approvvigionamento da fonti energetiche rinnovabili e di utilizzo di apparecchiature a elevata efficienza energetica. I primi interventi riguarderanno la standardizzazione di tutte le procedure di gestione e controllo dei consumi energetici e la predisposizione dei bilanci energetici per tutte le banche del Gruppo. Obiettivo primario è la riduzione dei consumi e dei costi attraverso un monitoraggio dei consumi centralizzato, abbinato all'impiego di impianti e apparecchiature ad alta efficienza e di involucri edilizi che migliorino le performance

energetiche degli stabili.

Abbiamo fatto un passo importante siglando un accordo di collaborazione con Mitsubishi Electric per l'installazione di impianti di climatizzazione provvisti di un sistema di monitoraggio e controllo dinamico dei consumi di energia. Il sistema consente di ottenere nello stesso tempo un miglior comfort e minori consumi, grazie alla gestione centralizzata degli impianti sparsi sul territorio. L'accordo è nato a seguito dell'analisi sui consumi degli impianti già installati in occasione delle ristrutturazioni, che ha evidenziato risparmi anche superiori al 15%.

Analisi dei consumi e delle emissioni

Nel 2004 abbiamo consumato in tutto il gruppo 279.000 m³ di acqua pari a 19,4 m³ pro capite, che si riferiscono quasi per intero a usi igienico-sanitari. Complessivamente abbiamo utilizzato 2,1 milioni di kg di carta e 32.600 kg di toner per le fotocopiatrici e le stampanti degli uffici, per i documenti informativi alla clientela e per i flussi di comunicazione interna. La raccolta differenziata, attiva in tutti gli uffici e le filiali, per il 2004 ci ha consentito di inviare al recupero il 99,98% della carta e il 100% delle cartucce di toner consumate.

Gli obiettivi del protocollo di Kyoto per la riduzione delle emissioni di CO₂ richiedono un forte impegno anche alle imprese. La nostra attività genera emissioni in modo indiretto, attraverso il consumo di energia elettrica per il condizionamento e l'illuminazione dei locali e per il funzionamento delle postazioni di lavoro,

Emissioni di CO₂*

	Tonnellate	Incidenza	Perimetro di rilevazione
Elettricità	47.487	91,7%	Perimetro "core" e BPU Sim
Gas metano	9.009	17,4%	Perimetro "core" esclusa BPA
Gasolio	1.442	2,8%	Perimetro "core" esclusa BPA
Carburanti	1.312	2,5%	Perimetro "core" e BPU Sim
Totale emissioni	51.773	100,0%	

* Le emissioni sono stimate sulla base di appositi coefficienti per ogni fonte energetica. Per l'energia elettrica, che rappresenta la quasi totalità delle emissioni, abbiamo utilizzato il coefficiente di 0,55 kgCO₂/kwh, fornitoci dal grossista da cui acquistiamo per la quasi totalità del Gruppo.

di gas metano e di gasolio per il riscaldamento dei locali e di carburante per l'autotrazione. Per la prima volta abbiamo effettuato una misurazione di queste emissioni e abbiamo evidenziato notevoli margini di miglioramento, da perseguire con una politica ancora più incisiva di risparmio energetico e privilegiando l'utilizzo di energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili.

Il valore del dialogo

Il rapporto stretto, che unisce le banche del Gruppo alle collettività di riferimento, nasce dalla presenza capillare delle nostre filiali e dall'impegno sociale di tanti colleghi e degli stessi esponenti dei vertici aziendali. Da questo rapporto nasce un dialogo non istituzionalizzato, che ci consente da una parte di recepire le necessità più meritevoli di attenzione e le iniziative più affidabili degli enti e delle associazioni attive sul territorio, dall'altra di "misurarne" in qualche modo il livello di soddisfazione. Tuttavia la creazione di valore per il territorio richiede anche forme e momenti di dialogo istituzionalizzati, con il coinvolgimento di rappresentanti qualificati della collettività.

Per realizzare gli interventi di maggior spessore abbiamo creato le Fondazioni, nei cui Consigli di Amministrazione abbiamo chiamato persone rappresentative delle comunità di riferimento, e abbiamo costruito relazioni forti con realtà associative importanti, come il CESVI di Bergamo, con cui nel 2002 siamo stati finalisti nel Sodalitas Social Award con il progetto "La fame ha paura di noi".

Dalla volontà di ottenere una valutazione complessiva di come l'attività sociale della Banca viene percepita sul territorio, nasce l'iniziativa di Banca Popolare di Ancona, che ha avviato un'indagine qualitativa in collaborazione con il LABIS (Laboratorio Banca Impresa e Sviluppo) del Dipartimento di Economia, Facoltà di Economia e Commercio "G.Fuà" dell'Università Politecnica delle Marche. L'indagine ha coinvolto un

campione di 11 Comuni di vecchio e di nuovo insediamento e alcune Associazioni di categoria, con questionari specifici finalizzati a valutare:

- il contributo di BPA allo sviluppo economico locale, attraverso un giudizio sui prodotti e servizi offerti alle famiglie e alle imprese;
- il contributo di BPA allo sviluppo sociale, attraverso un giudizio sull'impegno su tematiche quali lo sviluppo dell'imprenditoria giovanile e in generale di nuova imprenditoria o l'integrazione sociale degli immigrati;
- il contributo di BPA allo sviluppo della cultura e alla tutela socio-ambientale, attraverso un giudizio sul suo contributo alle attività sociali, ricreative, sportive, di recupero del patrimonio artistico e culturale locale, ecc.;
- la capacità della Banca di interpretare il territorio di riferimento, attraverso una valutazione della coerenza tra le iniziative assunte e la reale vocazione del territorio;
- la temporalità dei benefici economici e sociali apportati dalla Banca, nel senso che siano destinati a esaurirsi nel breve periodo ovvero a perdurare nel tempo;
- possibili aree di miglioramento nell'attività istituzionale e sociale della Banca, nei diversi settori di intervento.

Attribuiamo particolare importanza anche al rapporto con i media nazionali e internazionali, regionali e locali, per assicurare un flusso permanente di informazioni e di documentazione ai mercati e in generale all'opinione pubblica. Le relazioni con agenzie di stampa – quotidiani, periodici, radio e televisioni – sono improntate tradizionalmente al massimo della completezza, della veridicità e della trasparenza, tanto nella divulgazione dei risultati della gestione, quanto nell'annuncio delle principali innovazioni nei prodotti e nei servizi o nelle precisazioni e risposte alle richieste degli operatori. Oltre che attenerci alle linee di comportamento dettate da Consob e Borsa Italiana, osserviamo scrupolosamente le regole deontologiche della comunicazione d'impresa.

Il processo di redazione del bilancio sociale è un impegno continuo al miglioramento, sia nella realizzazione che nella rendicontazione della gestione socialmente responsabile. In quest'ottica abbiamo individuato per il 2005 alcuni obiettivi particolarmente rilevanti per il rafforzamento dell'identità aziendale, per la gestione dei rapporti con gli stakeholder e per la qualità del bilancio sociale.

Obiettivi per la gestione

- | | |
|--|---|
| Rafforzamento dell'identità aziendale | <ul style="list-style-type: none"> • attività di informazione e formazione sulla Carta dei Valori del Gruppo, rivolte sia all'interno che all'esterno; • elaborazione e pubblicazione del Codice Etico del Gruppo. |
| Rapporti con i soci e gli altri azionisti | <ul style="list-style-type: none"> • attuazione dei programmi previsti dal piano industriale, con importanti obiettivi in termini di produttività e di redditività. |
| Rapporti con il personale | <ul style="list-style-type: none"> • estensione dei sistemi di rilevazione delle competenze e di valutazione delle prestazioni a tutte le banche rete e alle principali società del Gruppo; • intensificazione dell'attività di formazione e di comunicazione interna; • realizzazione di un'indagine di clima. |
| Rapporti con i clienti | <ul style="list-style-type: none"> • piena valorizzazione del programma Master, con l'avvio di ulteriori attività di "customer careing", ovvero di attenzione al cliente per rilevarne e soddisfarne le esigenze attraverso una sempre più approfondita conoscenza delle caratteristiche e dei comportamenti; • attivazione della Commissione reclami e del modello interno di soddisfazione-loyalty per la rilevazione del grado di soddisfazione e delle aspettative. |
| Rapporti con i fornitori | <ul style="list-style-type: none"> • piena attivazione dell'Albo Fornitori, con il collegamento al market-place privato del Gruppo per l'ottimizzazione del colloquio con i singoli fornitori. |
| Rapporti con la collettività | <ul style="list-style-type: none"> • avvio dell'operatività della Fondazione Banche Popolari Unite per Varese Onlus e costituzione di una Fondazione per le Marche; • miglioramento delle rilevazioni di impatto ambientale, per l'individuazione di possibili azioni di intervento. |

Obiettivi per il bilancio sociale

- Processo**
- miglioramento del processo di redazione, attraverso una sempre maggiore integrazione nei processi di gestione dell'impresa.
- Documento**
- miglioramento del documento in termini di:
 - evidenza della coerenza delle politiche di gestione nei confronti dei diversi stakeholder con i valori, la missione e le scelte strategiche dell'impresa;
 - arricchimento e approfondimento degli indicatori di performance economiche, sociali e ambientali;
 - completamento della valenza informativa degli indicatori, con la considerazione del profilo temporale (variazione rispetto all'esercizio precedente);
 - estensione della rendicontazione – attualmente limitata agli stakeholder più rilevanti – agli altri stakeholder (fornitori, stato e amministrazioni locali).

Nota metodologica

Il bilancio sociale del Gruppo BPU Banca è redatto in base alle risultanze del Bilancio Consolidato. Condivide con questo i principi generali di chiarezza, di informazione veritiera e corretta, di prudenza e di competenza, nella prospettiva della continuità aziendale. Trova fondamento anche in un corpo di principi di redazione specifici, riconosciuti dalle migliori prassi nazionali e internazionali, adottati anche dal modello dell'ABI, al quale facciamo riferimento. Quando non diversamente indicato, il perimetro di rendicontazione si riferisce a tutte le società del Gruppo.

Riguardo agli stakeholder trattati nella relazione sociale, precisiamo quanto segue:

- i dati sul personale, ove non diversamente specificato, riguardano l'organico complessivo del Gruppo;
- gli azionisti – soci e non soci – sono quelli della Capogruppo; i soci risultano dal Libro soci mentre gli altri azionisti sono rilevati sulla base dell'ultimo pagamento dei dividendi; nel prospetto di distribuzione del Valore Aggiunto abbiamo considerato separatamente, e allocato in una specifica voce, le quote di utili prodotti dalle Società del Gruppo di pertinenza dei rispettivi soci di minoranza;
- i clienti ai quali facciamo riferimento sono i clienti della Capogruppo e delle Banche rete; in realtà alcune Società prodotte (es. comparto assicurativo) hanno clienti propri, ma il loro numero è residuale rispetto all'aggregato;
- per collettività intendiamo tutte le persone, gli enti e le associazioni alle quali si rivolge l'attività sociale della Capogruppo e delle Banche rete; ove non diversamente indicato, anche le rilevazioni dell'impatto ambientale si riferiscono alla Capogruppo e alle Banche rete.

Principi di redazione

Responsabilità

Attraverso le categorie identificate nella Relazione Sociale, rendere conto degli effetti delle proprie scelte a tutti gli interlocutori interni ed esterni (stakeholder), con particolare riguardo al contemperamento dei loro interessi legittimi.

Identificazione - Coerenza

Dare ai terzi la più chiara percezione della missione che l'azienda persegue con l'assetto proprietario e di governo esplicitati, nonché della coerenza delle politiche e delle scelte di intervento del management con i valori dichiarati.

Utilità – Significatività - Rilevanza

Includere tutte le informazioni ritenute utili a soddisfare il desiderio del pubblico di essere informato, in modo attendibile e completo, sulle azioni che hanno prodotto un impatto reale e significativo nella realtà circostante.

Trasparenza - Verificabilità

Privilegiare l'inclusione di informazioni quantitative o comunque riscontrabili nella documentazione aziendale anche di natura extra-contabile, per consentire a tutti i destinatari del bilancio sociale di comprenderne il procedimento logico di formazione e le scelte discrezionali adottate.

I Principi del Global Compact

Nel campo dei diritti umani

1. sostenere e rispettare i diritti umani nell'ambito delle rispettive sfere di influenza
2. assicurarsi di non essere, seppur indirettamente, complici negli abusi dei diritti umani

A tutela del lavoro

3. garantire la libertà di associazione dei lavoratori e riconoscere il diritto alla contrattazione collettiva
4. assicurarsi di non impiegare lavoro forzato e obbligatorio
5. astenersi dall'impiegare lavoro minorile
6. eliminare ogni forma di discriminazione nelle politiche di assunzione e di licenziamento

A favore dell'ambiente

7. avere un approccio preventivo rispetto alle sfide ambientali
8. promuovere iniziative per una maggiore responsabilità ambientale
9. incoraggiare lo sviluppo e la diffusione di tecnologie che non danneggino l'ambiente

Contro la corruzione (approvato nel 2004)

10. promuovere e adottare iniziative per contrastare tutte le forme di corruzione, incluse l'estorsione e la concussione.

La Carta dei Valori d'Impresa*

1. Centralità della persona, rispetto della sua integrità fisica e culturale e rispetto dei suoi valori di interrelazione con gli altri
2. valorizzazione delle risorse umane attraverso percorsi di accrescimento professionale e di partecipazione agli scopi dell'impresa
3. rispetto e tutela dell'ambiente
4. attenzione ai bisogni e alle aspettative legittime degli interlocutori interni ed esterni per migliorare il clima di appartenenza e il grado di soddisfazione
5. affidabilità dei sistemi e delle procedure di gestione per la massima sicurezza degli addetti, della collettività e dell'ambiente
6. efficienza, efficacia ed economicità dei sistemi gestionali per accrescere costantemente i livelli di redditività e di competitività dell'impresa
7. impegno costante nella ricerca e nello sviluppo, in tutte le aree di intervento, per favorire e percorrere – nel perseguimento del disegno strategico – il massimo grado di innovazione
8. correttezza e trasparenza dei sistemi di gestione in conformità alle norme e alle convenzioni vigenti, nei riguardi delle componenti interne ed esterne all'impresa
9. interrelazione con la collettività e con le sue componenti rappresentative, per un dialogo partecipativo di scambio e di arricchimento sociale, finalizzato al miglioramento della qualità della vita.

* La Carta dei Valori d'Impresa dell'Istituto Europeo per il Bilancio Sociale è mutuata dalla carta dei valori umani di Nova Spes recepita dall'Onu nel 1989.

Composizione e attività del Consiglio di Amministrazione

Carica	Componenti	Professione	Non esecutivi	Indipendenti	N. incarichi in altre società
Presidente	Zanetti Emilio	Imprenditore	•	•	2
Amministratore delegato	Auletta Armenise Giampiero	Banchiere			0
Amministratore	Vigorelli Giuseppe	Banchiere	•	•	0
Amministratore	Bulgheroni Antonio	Imprenditore	•	•	2
Amministratore	Calvi Giuseppe	Avvocato	•	•	2
Amministratore	Boselli Mario	Imprenditore	•	•	5
Amministratore	Berlanda Enzo	Commercialista	•	•	3
Amministratore	Cattaneo Gaudenzio	Banchiere	•	•	1
Amministratore	Drago Roberto	Imprenditore	•	•	7
Amministratore	Fontana Loris	Imprenditore	•	•	2
Amministratore	Frigeri Giorgio	Banchiere	•	•	0
Amministratore	Lucchini Italo	Commercialista	•	•	4
Amministratore	Mazzoleni Mario	Imprenditore	•	•	1
Amministratore	Musmeci Toti S.	Avvocato	•	•	1
Amministratore	Orlandi Sergio	Imprenditore	•	•	1
Amministratore	Pedersoli Alessandro	Avvocato	•	•	5
Amministratore	Perolari Giorgio	Imprenditore	•	•	2
Amministratore	Pesenti Carlo	Imprenditore	•	•	6
Amministratore	Porcari Carlo	Banchiere	•	•	4
Amministratore	Riva Emilio	Imprenditore	•	•	3
Amministratore	Sestini Roberto	Imprenditore	•	•	1

Il Consiglio di Amministrazione nel 2004 si è riunito 15 volte con una presenza media del 90% dei Consiglieri

Composizione e attività dei comitati consiliari

Carica	Componenti	Comitati			
		Esecutivo	Controllo interno	Remunerazione	Nomine
Presidente	Zanetti Emilio	•			•
Amministratore delegato	Auletta Armenise Giampiero	•			
Amministratore	Vigorelli Giuseppe	•			
Amministratore	Bulgheroni Antonio		•		
Amministratore	Calvi Giuseppe	•			•
Amministratore	Boselli Mario	•		•	•
Amministratore	Berlanda Enzo		•		
Amministratore	Cattaneo Gaudenzio				
Amministratore	Drago Roberto				•
Amministratore	Fontana Loris	•			
Amministratore	Frigeri Giorgio	•	•		
Amministratore	Lucchini Italo		•		
Amministratore	Mazzoleni Mario	•			
Amministratore	Musmeci Toti S.		•	•	
Amministratore	Orlandi Sergio			•	
Amministratore	Pedersoli Alessandro	•		•	•
Amministratore	Perolari Giorgio			•	
Amministratore	Pesenti Carlo				
Amministratore	Porcari Carlo				
Amministratore	Riva Emilio				
Amministratore	Sestini Roberto				
Numero di riunioni nel 2004		12	8	4	8

Stato patrimoniale riclassificato

GRUPPO BPU BANCA
Bilancio consolidatoCAPOGRUPPO
Bilancio d'esercizio

Importi in migliaia di euro	31/12/2004	31/12/2003	variaz.	31/12/2004	31/12/2003	variaz.
ATTIVITÀ						
Cassa e disponibilità presso le banche centrali e uffici	341.600	339.497	+0,6%	57	57	0,0%
Titoli disponibili e azioni proprie	8.033.065	7.452.486	+7,8%	4.616.101	5.653.326	-18,3%
Crediti verso banche	3.916.208	3.031.729	+29,2%	8.318.849	5.344.742	+55,6%
Crediti verso clientela	43.974.684	43.045.343	+2,2%	1.515.579	1.830.049	-17,2%
Immobilizzazioni:	3.420.642	5.352.850	-36,1%	7.530.999	8.560.419	-12,0%
titoli	644.097	2.499.293	-74,2%	1.639.699	2.356.415	-30,4%
partecipazioni	333.545	334.640	-0,3%	5.205.697	5.552.214	-6,2%
differenze positive di consolidamento e di patrimonio netto	316.847	374.015	-15,3%			
immateriali	984.328	981.200	+0,3%	149.531	111.531	+34,1%
materiali	1.141.825	1.163.702	-1,9%	536.072	540.259	-0,8%
Altre attività, ratei e risconti attivi	4.198.569	3.771.785	+11,3%	1.773.507	1.786.159	-0,7%
Totale attivo	63.884.768	62.993.690	+1,4%	23.755.092	23.174.752	+2,5%
PASSIVITÀ						
Debiti verso clientela e debiti rappresentati da titoli	49.072.091	48.693.055	+0,8%	6.251.499	5.204.791	+20,1%
Debiti verso banche	4.755.250	5.157.702	-7,8%	12.051.782	12.951.030	-6,9%
Altre passività, ratei risconti passivi	4.205.628	3.380.609	+24,4%	1.206.315	806.989	+49,5%
Fondi	1.212.789	1.313.007	-7,6%	192.217	276.428	-30,5%
trattamento di fine rapporto di lavoro subordinato	374.661	388.537	-3,6%	54.530	57.717	-5,5%
fondo di quiescenza per obblighi e simili	171.269	261.262	-34,4%			
fondo imposte e tasse	372.739	436.674	-14,6%	87.614	194.541	-55,0%
fondo rischi ed oneri diversi	292.945	224.011	+30,8%	50.073	24.170	+107,2%
fondo rischi su crediti	1.175	2.523	-53,4%			
Passività subordinate convertibili		172.472			172.472	-100,0%
Patrimonio netto di pertinenza di terzi	612.408	536.529	+14,1%			
Patrimonio netto	4.026.602	3.740.316	+7,7%	4.053.279	3.763.042	+7,7%
capitale sociale, riserve ed altre poste del patrimonio	3.736.479	3.540.246	+5,5%	3.766.342	3.472.023	+8,5%
utile netto	290.123	200.070	+45,0%	286.937	291.019	-1,4%
Totale passivo	63.884.768	62.993.690	+1,4%	23.755.092	23.174.752	+2,5%
Totale garanzie e impegni	9.731.645	8.783.436	+10,8%	1.059.028	899.887	+17,7%

Conto economico riclassificato

GRUPPO BPU BANCA
Bilancio consolidatoCAPOGRUPPO
Bilancio d'esercizio

Importi in migliaia di euro	31/12/2004	31/12/2003	variaz.	31/12/2004	31/12/2003
Interessi netti	1.516.628	1.485.881	+2,1%	-44.047	391.173
Dividendi e altri proventi	10.482	17.674	-40,7%	358.377	167.613
Utile (Perdita) delle partecipazioni valutate a patrimonio netto	13.241	-10.006			
Margine di interesse	1.540.351	1.493.549	+3,1%	314.330	558.786-
Commissioni nette	788.547	747.960	+5,4%	-4.692	195.323
Profitti da operazioni finanziarie	92.795	103.566	-10,4%	20.724	62.185
Altri proventi e altri oneri di gestione	84.371	122.085	-30,9%	296.392	202.477
Margine da servizi	965.713	973.611	-0,8%	312.424	459.985
Margine di intermediazione	2.506.064	2.467.160	+1,6%	626.754	1.018.771
Spese amministrative	-1.420.049	-1.444.807	-1,7%	-318.928	-577.257
a) spese per il personale	-982.342	-991.525	-0,9%	-172.808	-357.605
b) altre spese amministrative	-437.707	-453.282	-3,4%	-146.120	-219.652
Risultato della gestione	1.086.015	1.022.353	+6,2%	307.826	441.514
Accantonamenti per rischi ed oneri	-74.989	-74.229	+1,0%	-17.524	-15.928
Rettifiche di valore su immobilizzazioni materiali e immateriali	-224.504	-201.469	+11,4%	-110.923	-107.810
Rett.di valore su crediti e acc.ti per garanzie e impegni al netto delle riprese ed accantonamenti ai fondi rischi su crediti	-203.337	-460.060	-55,8%	-618	-68.655
Utile delle attività ordinarie	583.185	286.595	+103,5%	178.761	249.121
Utile (Perdita) straordinario	97.537	42.096	+131,7%	59.720	-5.802
Utile al lordo delle imposte	680.722	328.691	+107,1%	238.481	243.319
Variazione del fondo per rischi bancari generali		118.850	-100,0%		120.000
Imposte sul reddito	-262.551	-140.543	+86,8%	48.456	-72.300
Utile d'esercizio del gruppo e dei terzi	418.171	306.998	+36,2%		
Utile di pertinenza di terzi	-28.022	-4.304			
Utile d'esercizio al lordo dell'ammortamento dell'avviamento	390.149	302.694	+28,9%		
Rettifiche di valore su differenze positive di consolidamento e di patrimonio netto.	-100.026	-102.624	-2,5%		
Utile d'esercizio	290.123	200.070	+45,0%	286.937	291.019

Glossario

Affluent

Letteralmente "ricco" - identifica una fascia di clientela privata con alti patrimoni.

Amministratore non esecutivo

Amministratore privo di deleghe conferite in via continuativa dal Consiglio, ovvero di funzioni direttive nella banca.

Amministratore indipendente

Amministratore non esecutivo che soddisfa i seguenti requisiti:

- non intrattiene relazioni economiche con la banca, con le sue controllate, con gli amministratori esecutivi, di rilevanza tale da condizionarne l'autonomia di giudizio;
- non è titolare di partecipazioni azionarie di entità tale da permettere di esercitare il controllo o un'influenza notevole sulla società;
- non è stretto familiare di amministratori esecutivi della società.

Anatocismo

È la capitalizzazione degli interessi su un capitale per renderli a loro volta produttivi di altri interessi, o più semplicemente è il calcolo degli interessi sugli interessi; è stato ravvisato nella pratica delle banche di capitalizzare trimestralmente gli interessi attivi nei confronti della clientela, a fronte della capitalizzazione annuale degli interessi passivi.

Agenzia Europea di Investimenti Standard Ethics

Agenzia indipendente, con sede a Bruxelles, che valuta nazioni e società quotate in relazione ai principi etici promossi dalle grandi organizzazioni internazionali (ONU, OCSE e UE).

Asset Management

Attività di gestione degli investimenti, normalmente riferita agli investimenti finanziari.

Basilea2

È il nuovo accordo internazionale sui requisiti patrimoniali delle banche, che introduce criteri più precisi e discriminanti per la definizione del patrimonio che la banca deve detenere in funzione dei rischi assunti, in particolare derivanti dai rapporti di credito.

Blue Chip

Azioni delle società quotate in Borsa con una capitalizzazione maggiore di 800 milioni di euro.

Bond

Letteralmente "obbligazione" - titolo di debito di emittente pubblico o privato.

Carta Revolving

Carta di credito che mette a disposizione del cliente una somma di denaro, equivalente al fido accordato, utilizzabile in una o più soluzioni, la cui disponibilità si ripristina automaticamente per l'ammontare dei rimborsi effettuati.

Codice di Autodisciplina delle Società Quotate

Altrimenti detto Codice Preda, redatto nel 1999 su iniziativa di Borsa Italiana Spa, contiene una serie di norme relative alle migliori pratiche di corporate governance a cui le società quotate aderiscono esclusivamente su base volontaria.

Codice sull'Internal Dealing

Il codice è diretto a disciplinare gli obblighi informativi inerenti le operazioni a qualsiasi titolo compiute dalle persone rilevanti di una società (amministratori, sindaci, direttori generali, nonché ogni altro soggetto che abbia accesso, in virtù dell'incarico ricoperto, a informazioni significative) effettuate su strumenti finanziari quotati emessi dalla stessa società o dalle sue controllate.

Coordinatore

Termine utilizzato da BPU Banca per indicare, nell'ambito del nuovo assetto distributivo, il soggetto preposto all'attuazione delle iniziative commerciali sulla Rete; il coordinatore fornisce ai gestori un supporto specialistico alla vendita e al collocamento dei nuovi prodotti.

CBI

Corporate Banking Interbancario - nato nel 1995, è un servizio di remote banking (v. voce) che consente alle aziende di lavorare direttamente, tramite il proprio computer, con tutte le banche con le quali intrattengono rapporti.

Codice Etico

Carta dei diritti e dei doveri morali fondamentali, attraverso i quali l'impresa definisce e si impegna pubblicamente a rispettare le proprie responsabilità sociali ed etiche verso i vari stakeholder.

Conference Call

Nel contesto delle relazioni con gli investitori, indica la conferenza telefonica durante la quale il management di una società illustra i risultati della gestione in occasione delle trimestrali o del bilancio annuale.

COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission)

Organizzazione indipendente, istituita nel 1985 negli Stati Uniti, che ha come obiettivo il miglioramento della qualità dell'informazione finanziaria, attraverso l'etica degli affari, l'efficienza dei controlli interni e la corporate governance.

Consumer Finance

Prodotti e servizi di finanziamento rivolti alla clientela privata.

Corporate banking

Collegamento telematico via Internet, attraverso il quale le aziende possono impartire disposizioni e ricevere informazioni relative ai loro rapporti bancari.

Corporate Governance

Insieme dei processi e degli strumenti per il governo di un'impresa.

CRM (Customer Relationship Management)

Modello di gestione delle relazioni commerciali teso a creare valore per i clienti e per l'impresa attraverso l'approfondimento della conoscenza di ciascun cliente.

Customer Insight

Insieme di strumenti e attività che, poggiando su una base dati ampia e dettagliata, consentono di abilitare una comprensione profonda delle preferenze, delle esigenze e dei bisogni della clientela, per individuare opportunità di sviluppo e iniziative commerciali da proporre alle reti distributive.

Customer Interaction

Insieme di strumenti e attività che consentono alle reti distributive di pianificare e gestire le relazioni, apprezzare i risultati commerciali e nello stesso tempo contribuire ad arricchire il patrimonio informativo accessibile dalla Customer Insight.

Customer Satisfaction

Letteralmente "soddisfazione del cliente" - orienta-

mento alla qualità attuato attraverso un insieme di tecniche e parametri per verificare il grado di soddisfazione della clientela, riguardo a singoli prodotti e servizi e al rapporto nel suo complesso.

E.Capital Partners

Società di consulenza italiana indipendente, leader nella predisposizione delle metodologie di selezione delle aziende da inserire negli indici etici.

ETF (Exchange Traded Fund)

Prodotto finanziario rappresentativo di un portafoglio di azioni, disegnato in modo da seguire l'andamento di un indice globale o settoriale di riferimento; è simile ai Fondi comuni di investimento aerti, salvo il fatto che è quotato sui mercati azionari e può così essere acquistato e venduto in tempo reale.

Ethical Index Euro

È un indice composto da circa 150 azioni selezionate, secondo la metodologia di Selezione Etica di E. Capital Partners SpA, tra le maggiori società dei paesi dell'area euro (Austria, Belgio, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Italia, Lussemburgo, Olanda, Portogallo, Spagna) più Regno Unito, Svezia, Norvegia, Danimarca e Svizzera.

Ethical Index €

È un indice selezionato secondo la metodologia del precedente, che include esclusivamente azioni quotate nei paesi dell'area euro.

Global Compact

Iniziativa volontaria lanciata nel 2000 dall'Organizzazione delle Nazioni Unite, che richiede alle imprese di impegnarsi per promuovere nella propria attività il rispetto di dieci principi universali nel campo dei diritti umani, dei diritti dei lavoratori, della tutela ambientale e contro la corruzione.

Gestore

Termine utilizzato da BPU Banca per indicare, nell'ambito del nuovo assetto distributivo, il soggetto preposto allo sviluppo della relazione con la clientela e all'acquisizione di nuovi clienti, in accordo con gli obiettivi definiti dal nuovo assetto distributivo e in sintonia con gli indirizzi del responsabile di filiale.

Hedge Fund

Fondi disciplinati da apposite leggi, non sottoposti

a vincoli riguardo all'oggetto degli investimenti; possono derogare ai divieti di carattere generale e alle norme prudenziali fissate per gli altri fondi e si caratterizzano quindi per un elevato profilo di rischio-rendimento; la sottoscrizione minima iniziale non può essere inferiore a 500.000 euro e l'offerta di quote non può essere oggetto di sollecitazione all'investimento.

Home Banking

Collegamento telematico, istituito via Internet, attraverso il quale la clientela privata può impartire disposizioni e avere informazioni relative al proprio rapporto bancario.

Internal Dealing

Operazioni di acquisto e di vendita su titoli quotati dell'azienda, effettuate da suoi amministratori, sindaci o altre "persone rilevanti", ovvero persone che in funzione del loro ruolo hanno accesso a informazioni privilegiate.

Intranet

Rete Internet con accesso riservato al personale dell'impresa.

Loyalty

Nell'ambito commerciale il termine sta a indicare la fedeltà del cliente.

Investment Banking

Attività bancaria operante prevalentemente nell'area della intermediazione pura (organizzazione di collocamenti di titoli, ricerca di controparti creditizie, gestione di portafoglio per investitori finali, privati ed istituzionali) e dei servizi di consulenza alle imprese (operazioni di fusione e acquisizione).

Mass

Nell'ambito del mercato retail (v. voce) identifica la fascia di clientela privata più numerosa di una banca.

Mercato Corporate

Mercato relativo alle imprese di medio-grandi dimensioni.

Market-Place

Mercato "virtuale", realizzato con un'infrastruttura tecnologica che consente ai diversi operatori di interagire tramite Internet.

Mercato Private

Mercato costituito da clientela privata con elevato patrimonio.

Mercato Retail

Letteralmente "mercato al dettaglio" - identifica la maggioranza delle famiglie e dei piccoli operatori economici.

MSCI Italia

Indice rappresentativo dell'andamento di un portafoglio composto dai maggiori titoli azionari quotati sul mercato italiano; il peso dei titoli è calcolato in base alla rispettiva capitalizzazione corretta per il flottante; l'indice è calcolato da Morgan Stanley Capital International Inc.

Nova Spes

Fondazione internazionale che da oltre vent'anni opera per la promozione dello sviluppo globale della persona e della società.

Obbligazioni Strutturate

Il termine indica prodotti che sono la somma di più strumenti finanziari venduti insieme; raggiungono notevoli livelli di complessità e possono essere quindi di difficile comprensione per il pubblico.

Ombudsman Bancario

Organismo collegiale promosso dall'ABI e istituito nel 1993 con il compito di dirimere, al ricorrere di determinate condizioni, le controversie tra banche e clientela, di valore fino a 10.000 euro (50.000 per i bonifici transfrontalieri), non risolte presso l'ufficio reclami delle banche.

Onlus

Organizzazione Non Lucrativa di Utilità Sociale - ente senza fini di lucro.

Panathlon International

Associazione senza fini di lucro, che persegue l'affermazione dell'ideale sportivo e dei suoi valori morali quale mezzo di solidarietà tra gli uomini e i popoli; a tal fine promuove l'amicizia tra quanti operano nella vita sportiva, stimolando la conoscenza, lo studio e la divulgazione dei problemi sportivi.

POE

Segmento di mercato dei piccoli operatori economici: artigiani, commercianti e professionisti.

Private Equity

Attività di investimento nel capitale di rischio di imprese non quotate, tipicamente di piccole e medie dimensioni.

Public Company

Società di capitali quotata in borsa, caratterizzata da un azionariato diffuso e dall'assenza di soggetti di controllo in grado di esercitare su di essa un'influenza dominante.

Rating

Valutazione del merito di credito di una controparte affidata o da affidare, effettuata dall'impresa concedente il credito o da società specializzate indipendenti, attraverso la quantificazione del rischio di inadempienza.

Remote Banking

Collegamento telematico istituito via Internet, attraverso il quale le aziende possono impartire disposizioni e avere informazioni relative al proprio rapporto bancario.

Responsabilità Sociale

Riferita a un'impresa, è la integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche nelle operazioni commerciali e nei rapporti con gli stakeholder (v. voce).

Roadshow

Serie di incontri con investitori istituzionali, che hanno luogo in piazze finanziarie internazionali.

ROE

Return on Equity - indicatore di bilancio che esprime il rapporto tra l'utile netto dell'esercizio e il patrimonio netto ed è quindi utilizzato per valutare la redditività di un'impresa per i propri soci.

S&P Mib

Indice azionario rappresentativo del mercato italiano; non ha un numero fisso di componenti e i titoli che lo compongono sono selezionati sulla base di tre criteri: flottante, liquidità e rappresentazione dei principali settori del mercato; l'indice è sviluppato, calcolato, gestito e distribuito da Standard & Poor's Inc.

Small Business

Segmento di mercato rappresentato dalle piccole

imprese.

Stakeholder

Individui o gruppi, portatori di interessi specifici nei confronti di un'impresa o perché dipendono da questa per la realizzazione dei loro obiettivi o perché subiscono in modo rilevante per il loro benessere gli effetti esterni positivi o negativi della sua attività.

Supervisor

Termine utilizzato da BPU Banca per indicare, nell'ambito del nuovo assetto distributivo, il soggetto preposto all'attivazione dell'azione commerciale sul territorio di riferimento.

Trust

Società "cassaforte", alimentata mediante il conferimento da parte di un soggetto dei propri beni, perché vengano gestiti in fiducia a beneficio di altri soggetti designati dal conferente.

Trading On Line

Attività di compravendita di titoli tramite Internet su mercati organizzati.

Valore Aggiunto

Ricchezza prodotta dall'impresa nell'esercizio, calcolata come differenza tra la produzione lorda e il consumo di beni e servizi.

Siamo interessati a ricevere dai lettori le loro valutazioni su questo documento e consideriamo prezioso ogni suggerimento, indicazione, critica o apprezzamento.

Il nostro riferimento è:

Studi e Tableau de Bord - Bilancio Sociale
Piazza V. Veneto, 8
24122 Bergamo

Tel. 035-392918

Fax. 035-392509

E-mail bilancio.sociale@bpubanca.it