



2005
2005

Bilancio Sociale



Il marchio, il logo del Credito Cooperativo,



il simbolo della melagrana,



e il marchio della *Carta dei Valori del Credito Cooperativo*



sono registrati e di proprietà Federcasse

I marchi e i loghi della aziende citate sono registrati e di proprietà delle stesse.

Foto:

Archivio Banca di Credito Cooperativo di San Marzano di San Giuseppe

BANCA DI CREDITO COOPERATIVO DI SAN MARZANO DI SAN GIUSEPPE

Società Cooperativa
Fondata nel 1956

Sede Legale: 74020 San Marzano di San Giuseppe (Taranto), via Vittorio Emanuele III s.n.

- Capitale sociale e riserve: € 14.758.283,00
- Repertorio Economico Amministrativo: C.C.I.A.A. di Taranto n. 33127
- Registro Società: Tribunale di Taranto n. 2373
- Sezione Cooperative a mutualità prevalente n. A157396
- Codice Fiscale e Partita IVA: 00130830730
- Codice ABI: n. 08817.9
- Albo delle Banche: n. 4554
- Swift: ICRAITRRMPO
- Aderente al Fondo di Garanzia dei depositi del Credito Cooperativo
- Internet: <http://www.bccsanmarzano.it>
- E-mail: banca@bccsanmarzano.it

Messaggio del Presidente	8
Lettera del Direttore	9
Obiettivi e principi di redazione del Bilancio Sociale	11
1 IDENTITÀ AZIENDALE	14
1.1 Storia	15
1.2 Contesto di riferimento	18
1.2.1 Le Banche di Credito Cooperativo	18
1.2.2 Rete Commerciale	21
1.2.3 Evoluzione di alcuni prodotti	22
1.3 Valori	25
1.4 Missione	27
1.5 Assetto istituzionale ed organizzativo	29
1.5.1 Assetto Istituzionale	29
1.5.2 Corporate Governace	29
1.5.3 Partecipazioni ed alleanze	31
1.6 Sustainability Governance	34
1.6.1 Norme interne e sistemi di controllo volti a garantire l'osservanza della legge	34
1.6.2 Bilancio Sociale	34
1.6.3 Assetto organizzativo	35
1.6.4 Il mercato del credito	36
1.7 Disegno strategico	37
1.7.1 Piano strategico triennio 2005-2007	37
1.7.2 Piano strategico triennio 2006-2008	37
1.8 Piano programmatico	38
1.9 Scelte della BCC di San Marzano di S.G. in tema di responsabilità sociale d'impresa	41
2. RENDICONTO (PRODUZIONE E DISTRIBUZIONE DEL VALORE)	43
2.1 Dati significativi di gestione	44
2.1.1 Financial Highlights	44
2.1.2 Indici gestionali	45
2.2 Calcolo del valore aggiunto	50
3. RELAZIONE SOCIALE	54

3.1.	BCC di San Marzano di S.G. e Risorse umane	55
3.1.1	Obiettivi	55
3.1.2	Politica delle assunzioni	55
3.1.3	Composizione del personale	56
3.1.4	Turnover	59
3.1.5	Politiche di pari opportunità	59
3.1.6	Comunicazione interna	60
3.1.7	Relazioni sindacali	61
3.1.8	Conflittualità sindacale	61
3.1.9	Formazione	61
3.1.10	Valorizzazione	62
3.1.11	Sistemi di remunerazione e lavoro straordinario	63
3.1.12	Sicurezza e salute sul luogo di lavoro	64
3.1.13	Aggregazione del personale	64
3.1.14	Contenzioso e litigiosità	66
3.2	BCC di San Marzano di S.G. e Azionisti/soci.....	67
3.2.1	Obiettivi	67
3.2.2	Segmentazione dei soci per categorie	68
3.2.3	Composizione percentuale dei soci e del capitale sociale	68
3.2.4	Capitale sociale	70
3.2.5	Partecipazione dei soci al governo dell'impresa e tutela delle minoranze.....	71
3.2.6	Servizi ed agevolazioni riservate ai soci	72
3.2.7	Investor relations	73
3.2.8	Contenzioso e litigiosità	73
3.3	BCC di San Marzano di S.G. e Clienti	75
3.3.1	Obiettivi	75
3.3.2	Caratteristiche ed analisi della clientela	76
3.3.3	Marketing development	78
3.3.4	Prodotti di finanza etica	80
3.3.5	Sistema qualità e reclami	80
3.4	BCC di San Marzano di S.G. e Fornitori	81

3.4.1	Obiettivi	81
3.4.2	Qualificazione ed analisi dei fornitori	82
3.4.3	Caratteristiche delle forniture	83
3.4.4	Ricaduta sul territorio	84
3.4.5	Condizioni negoziali e comunicazione	86
3.4.6	Sistemi di Qualità e certificazione di qualità o ambientale	86
3.4.7	Contenzioso e litigiosità	87
3.5	BCC di San Marzano di S.G. e altre banche/istituzioni	89
3.5.1	Obiettivi	89
3.5.2	Rapporti con le altre banche	90
3.5.3	Rapporti con le compagnie assicurative e con gli intermediari finanziari	91
3.5.4	Rapporti con le Autorità di Vigilanza e Monetaria	91
3.5.5	Rapporti con le Associazioni di categoria	92
3.5.6	Norme interne e sistemi di controllo volti a garantire l'osservanza della legge	93
3.5.7	Comunicazione	93
3.5.8	Contenzioso e litigiosità	93
3.6	BCC di San Marzano di S.G. e Stato/Autonomie Locali	94
3.6.1	Obiettivi	94
3.6.2	Imposte, tributi e tasse	94
3.6.3	Rapporti con gli Enti Locali e la Pubblica Amministrazione	96
3.6.4	Contenzioso e litigiosità	96
3.7	BCC di San Marzano di S.G. e Collettività	98
	PERSONE	
3.7.1	Apporti diretti al sociale per una migliore qualità della vita	99
	AMBIENTE	
3.7.2	Formazione ed educazione	106
3.7.3	Interventi qualificanti	106
3.7.4	Eventuali certificazioni ambientali	107
3.7.5	Aspetti diretti di performance ambientali	107
3.7.6	Contenzioso e litigiosità	107

BCC DI SAN MARZANO DI S.G. E MEDIA

3.7.7	Qualificazione dei Media utilizzati	108
BCC DI SAN MARZANO DI S.G. E COMUNITA' VIRTUALE		
3.7.8	Obiettivi	112
3.7.9	Caratteristiche ed analisi dei "contatti"	112
3.7.10	Tutela della sicurezza per le operazioni di "Virtual Banking"	114
3.7.11	Investimenti in strumenti per lo sviluppo della "Virtual Banking"	115
3.7.12	Azioni di sensibilizzazione alla cultura dell'Information Technology	115
3.7.13	Contenzioso e litigiosità	115
4.	SISTEMA DI RILEVAZIONE DEL CONSENSO	117
5.	PROPOSTA DI MIGLIORAMENTO FUTURO	120
6.	APPENDICE	122
	Questionario di valutazione del Bilancio Sociale 2005	123
Attestazione di conformità procedurale circa il rispetto dei principi di		
	Redazione del Bilancio Sociale	125



Questa quarta edizione del Bilancio Sociale si presenta, per la nostra Banca, sotto il segno della continuità, a dimostrazione che, non solo vi è una crescente domanda di informazioni che riguardano, da un lato, i risultati reddituali e competitivi della gestione e, dall'altro, gli effetti sociali connessi allo svolgimento delle attività, ma, come dicevamo, a dimostrazione che rappresenta un valido strumento, non autoreferenziale, di analisi aziendale, ottenendo l'attestazione di conformità procedurale circa il rispetto dei principi di redazione del Bilancio Sociale dalla KMPG S.p.A., società di revisione internazionale.

Una pubblicazione che interpreta la volontà di trasparenza della Banca che, sempre più, opera secondo una politica incentrata sulla vicinanza ai Soci, alla Clientela, agli Stakeholder in generale, in un'ottica di proficua collaborazione.

La consapevolezza di essere socialmente responsabili significa, in primo luogo, svolgere bene il proprio mestiere ogni giorno e quindi essere consapevoli della compatibilità tra la creazione del valore aggiunto per gli Stakeholder e un agire etico verso gli stessi.

I preziosi contenuti del Bilancio Sociale, che trattano del sostegno offerto al Territorio e alla Comunità, rappresentano il nostro stile di gestione, e ci hanno condotto a fare scelte e a realizzare iniziative che meritano di essere raccontate.

Ma un Bilancio Sociale, se aspira a chiamarsi tale, non può essere semplicemente raccontato, occorre che sia in primo luogo "fatto". Deve essere partecipato e condiviso dai portatori di interesse, soprattutto quando questi sono così vicini da non essere genericamente delle categorie, ma nomi e cognomi reali.

Fare il Bilancio Sociale significa percorrere una strada che porta a una svolta culturale, una cultura che non persegue ciecamente la crescita in senso assoluto, ma è attenta ai bisogni e alle aspettative della collettività e del territorio per uno sviluppo sostenibile.

Quanto nelle nostre intenzioni e nella realizzazione dei fatti, attraverso comportamenti corretti e in coerenza tra obiettivi posti e risultati raggiunti, non potrà che contribuire positivamente alla crescita della stima che la nostra Banca ha saputo conquistarsi nel corso degli anni.

Nello scorso Bilancio Sociale, avevamo chiuso la "lettera di presentazione" con l'invito a "vivere il Bilancio Sociale", quest'anno l'invito a tutti è di "farlo", nel senso di essere stimolo e sprone verso lo sviluppo economico, sociale e culturale del territorio cui apparteniamo.

Franco Cavallo

Presidente della Banca di Credito Cooperativo
di San Marzano di San Giuseppe

A handwritten signature in black ink, reading "Franco Cavallo". The signature is written in a cursive, flowing style.



“Ma dalle parole ora si passi ai fatti”

Banca del Sud, Giornata dell'Economia, Giornata del Risparmio, Legge per la tutela dei Risparmiatori; quante parole in libertà negli ultimi tempi. Assistiamo quotidianamente a dibattiti televisivi, convegni, dichiarazioni il cui contenuto pratico sfugge ai più.

Assistiamo ad arrembaggi ai microfoni ed alle telecamere in cui quello che conta non è ciò che si dice, l'utilità del proprio intervento, ma semplicemente apparire. Esserci.

Il lettore, l'ascoltatore che partecipa (sempre più raramente) ad un convegno, è sbigottito dall'assenza di proposte, da un uso disinvolto dei congiuntivi e dalla consecutio temporum,

l'ovvietà fa da padrone.

Gli argomenti: la crisi (ne sento parlare da quando sono nato), il mezzogiorno (sempre invocato), il turismo (sempre sul punto di decollare), il porto (panacea di tutti i mali), le banche (pericolo pubblico numero uno) ed infine la Cina (che nessuno conosce effettivamente, ma di cui tutti parlano).

Di fronte ad un simile contesto cosa rispondere alle centinaia di giovani che continuano ad inviare curricula alle istituzioni, a richiedere colloqui, aspirare ad un posto di lavoro? Non lo so veramente più.

Per anni ho continuato, personalmente, ad alimentare in loro la speranza che qualcosa cambierà, che ci sarà un riscatto della nostra terra, che il merito, alla fine, sarà premiato, che il posto di lavoro non sarà un miraggio.

Colgo sempre più negli interlocutori una sorta di scetticismo, di rassegnazione. Mi si obietta che sarebbe ora di passare dalle parole ai fatti, dalle proposizioni alle azioni, dalle speranze alla certezza. C'è specie nei giovani, una forte volontà ad impegnarsi per un futuro migliore, ma, le loro energie non si riesce a canalizzarle; da parte nostra non riusciamo a dare loro un progetto di vita, di sviluppo compatibile, credibile e condivisibile.

Naturalmente per avviare un processo virtuoso è necessario, oltre al giusto entusiasmo dei singoli, anche uno sforzo congiunto di tutte le forze economiche, sociali, politiche del territorio.

Il nostro territorio, pur ricco di individualità brillanti, molte delle quali colgono importanti successi professionali in altre regioni, non riesce a fare effettivamente sistema, al di là delle parole di circostanza.

Di “fare squadra” si parla nei salotti o prima di una qualsiasi tornata elettorale, ma subito dopo ciascuno di noi si chiude nuovamente nel proprio guscio, pubblico o privato, pronto a parlare di concertazione e tavoli di lavoro alla successiva occasione mondana.

La nostra generazione, quella dei cinquantenni, rischia di essere poco incisiva, di non essere determinante per il futuro del nostro territorio; questo non deve accadere.

Ritengo che sia un preciso dovere della classe dirigente impegnarsi strenuamente alla sua valorizzazione, dare un contributo concreto allo sviluppo socio economico in termini di idee e di opere.

E' possibile perseguire questo obiettivo solo con il sacrificio e l'impegno reale di chi occupa posizioni di responsabilità. E' un preciso dovere della classe dirigente dare delle risposte concrete, porsi delle mete ambiziose, ma raggiungibili.

Per fare questo è necessario di concreto tra le varie Istituzioni, non disperdere energie e professionalità, mettere da parte egoismi e personalismi, avendo, come unico interesse, lo sviluppo del territorio. Il nostro.

Emanuele Di Palma

Direttore Generale della Banca di Credito Cooperativo
di San Marzano di San Giuseppe



Obiettivi e principi di redazione del Bilancio Sociale

Il Bilancio Sociale si propone di conseguire i seguenti obiettivi:

- fornire a tutti gli *stakeholder* un quadro complessivo delle performance dell'azienda, aprendo un processo interattivo di comunicazione sociale;
- fornire informazioni utili sulla qualità dell'attività aziendale per ampliare e migliorare, anche sotto il profilo etico-sociale, le conoscenze e le possibilità di valutazione e di scelta degli *stakeholder*;

In particolare ciò significa:

- dare conto dell'identità e del sistema di valori di riferimento assunti dall'azienda e della loro declinazione nelle scelte imprenditoriali, nei comportamenti gestionali nonché nei loro risultati ed effetti;
- esporre gli obiettivi che l'azienda si impegna a perseguire;
- fornire indicazioni sulle interazioni fra l'azienda e l'ambiente nel quale essa opera;
- rappresentare il valore aggiunto e la sua ripartizione.

In capo al bilancio sociale v'è l'osservazione che ogni azienda, in diverso modo e misura, possiede e manifesta un determinato indirizzo etico, che informa le scelte strategiche e le azioni quotidiane.

V'è dunque la convinzione che, nella prospettiva del bilancio sociale, il governo dell'azienda debba rendere espliciti gli scopi che esso affida all'attività imprenditoriale e le norme che regolano i comportamenti di manager e dipendenti.

Una rappresentanza di manager e dipendenti:

Ignazio
 Angelo Mottici
 Carmine Proffo
 Francesco Fedele
 Maria
 Maria Maresca
 Romeo Farnetani
 Elio
 Francesco Parale
 Lucilla

Nota metodologica

Il Bilancio Sociale al 31 dicembre 2005 della Banca di Credito Cooperativo di San Marzano di San Giuseppe – Taranto – Società Cooperativa (di seguito “BCC di San Marzano di S.G.” e “la Banca”) è stato predisposto in conformità alle linee guida definite dal GBS – Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale e del “Modello ABI/IBS di redazione del Bilancio Sociale per il settore del credito”, integrato dallo “Schema di Bilancio Sociale e di Missione della Banca di Credito Cooperativo” proposto da Federcasse.

La struttura espositiva, il linguaggio, la collocazione dei dati numerici e delle informazioni, sono stati concepiti e realizzati per facilitare al massimo la comprensione e la valutazione del lettore.

I contenuti del documento sono stati organizzati in quattro sezioni:

- 1) **Identità Aziendale**, per rendere espliciti i valori, la missione, il disegno strategico, il piano programmatico e le scelte qualificanti.
- 2) **Rendiconto** per evidenziare il processo di formazione del Valore Aggiunto e la sua distribuzione agli stakeholder.
- 3) **Relazione** di scambio sociale tra la Banca e il contesto in cui opera.
- 4) **Sistema di rilevazione del consenso** per conoscere le aspettative legittime degli interlocutori.
- 5) **Proposta di miglioramento futuro** per orientare sempre più la gestione verso obiettivi di sviluppo socialmente sostenibili.



Santuario della Madonna delle Grazie, accesso agli ipogei.

1. Identità aziendale

*L'identità distintiva della **BCC di San Marzano di S.G.** è quel suo "modo di essere", dato dall'insieme delle sue caratteristiche organizzative, dalle attività che svolge, dagli interessi che persegue, per fare emergere e mettere in luce i tratti distintivi che contribuiscono a renderla peculiare e unica.*

1.1 Storia

Il 25 ottobre 1956 i quarantatré soci fondatori, alla presenza del notaio Fausto Ponticelli, firmano l'atto costitutivo della **Cassa Rurale di San Marzano di San Giuseppe** allo scopo di:

“procurare il credito in primo luogo ai propri soci e compiere le operazioni ed i servizi di banca consentiti dalla legge e dallo Statuto prevalentemente a favore di agricoltori, il miglioramento delle condizioni morali ed economiche dei quali costituisce la principale ragion d’essere; [inoltre si intende] fare opera di propaganda per il risparmio e la previdenza”.



Atto Costitutivo

La Banca rimane monosportello fino al 1991, anno in cui viene inaugurata la filiale di Francavilla Fontana.

Nel 1995, con l’inserimento nella struttura di un management dinamico e dotato di una professionalità maturata in anni di servizio in primari Istituti di credito nazionali, la Banca riesce a superare la tradizionale politica conservativa ed inizia una fase di forte sviluppo, senza mai perdere l’attenzione ai bisogni specifici del territorio di riferimento.

Nei successivi anni vengono inaugurate le filiali di Grottaglie (1996), Taranto, Faggiano (2000) e Villa Castelli (2003), infine nei primi mesi del 2006 sarà inaugurata la filiale di Leporano. In tal modo la BCC di San Marzano di S.G. è riuscita ad operare il necessario salto di qualità che le ha consentito di offrire alla propria clientela i migliori servizi ed i prodotti bancari disponibili sul mercato, diventando la Banca di punta del Sistema Cooperativo della provincia di Taranto



Autorizzazione Banca d'Italia

Tappe fondamentali della storia della BCC di S. Marzano



Foto Sede Storica



Filiale di San Marzano di San Giuseppe



Filiale di Francavilla



Filiale di Grottaglie



Filiale di Taranto



Filiale di Faggiano



Filiale di Villa Castelli



1.2 Contesto di riferimento

1.2.1 Le Banche di Credito Cooperativo

Le Banche di Credito Cooperativo sono **società cooperative senza finalità di lucro**, dove si vive la rara esperienza della democrazia economica in una logica di imprenditorialità. Il loro obiettivo è quello di favorire la partecipazione alla vita economica e sociale, di porre ciascun **socio** nelle condizioni di essere, almeno in parte, autore del proprio sviluppo come persona.

Le Banche di Credito Cooperativo, per non perdere i vantaggi legati alla piccola dimensione, si sono strutturate in un **sistema nazionale** che prende il nome di **Credito Cooperativo** e che si articola su due versanti, uno associativo (Federcasse) e uno imprenditoriale (ICCREA Holding), volti ad assicurare l'integrazione, le sinergie e le economie di scala tra e per le singole aziende.

Le BCC in Italia						
	2003		2004		2005	
Banche		446		443		438
Sportelli		3.332		3.441		3.563
Soci *	oltre	647	oltre	715	oltre	761
Amministratori *		6		6		6
Clienti affidati *	oltre	1.347	oltre	1.643	oltre	1.475
Dipendenti *	oltre	25	oltre	26	oltre	29

Fonte dati Federcasse al 30 settembre 2005

*dati espressi in migliaia

Il territorio di operatività

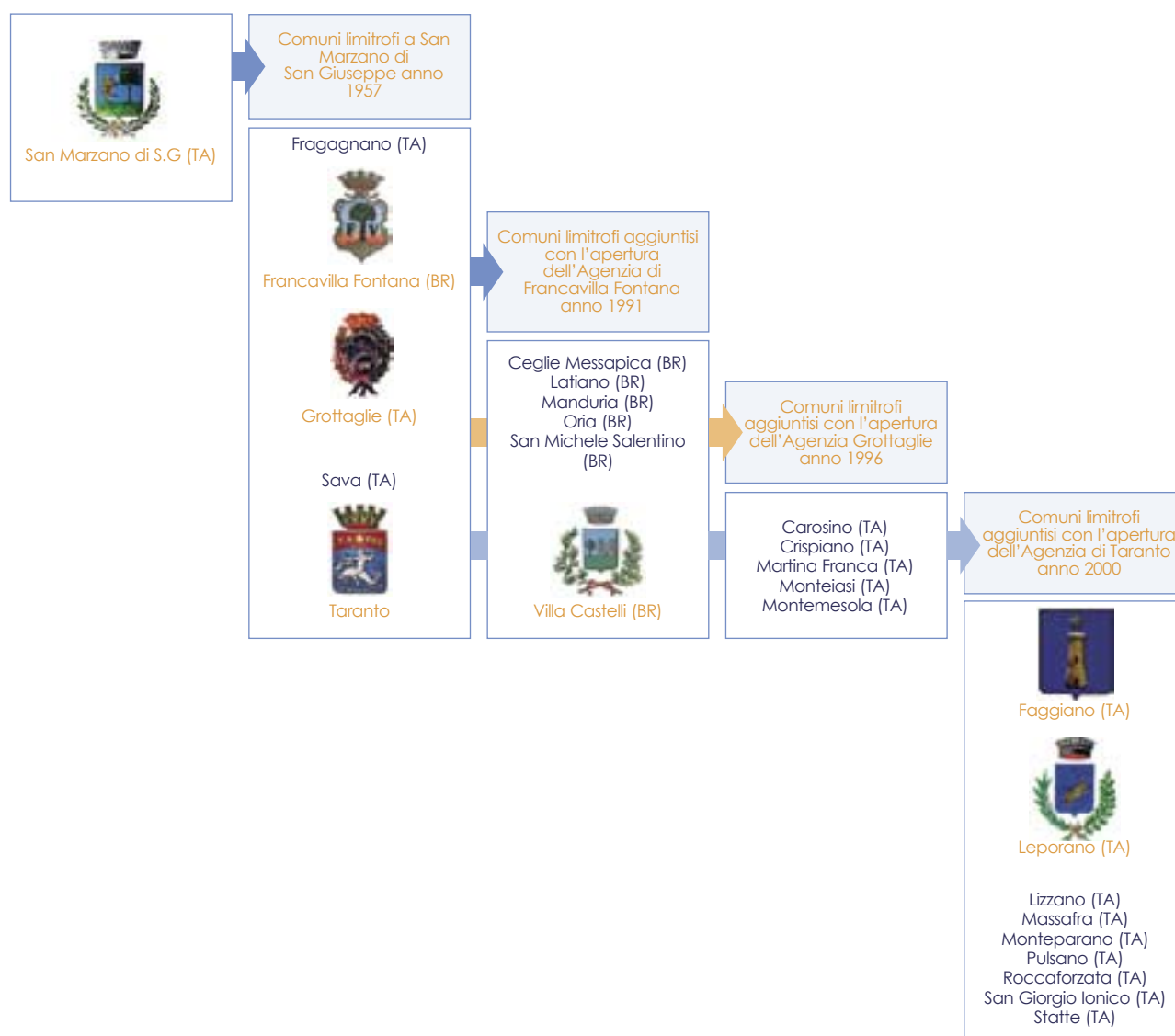
“La Società ha sede nel comune di San Marzano di San Giuseppe, Via Vittorio Emanuele, s.n.

La competenza territoriale, ai sensi delle disposizioni di vigilanza, comprende il territorio di detto Comune, dei Comuni ove la società ha proprie succursali, nonché dei comuni ad essi limitrofi”

(Art. 3 dello Statuto)

La BCC di San Marzano di S.G. opera in **26 comuni** delle province di Taranto e Brindisi.

I comuni in cui opera la BCC di San Marzano di S.Giuseppe aggiuntisi con l'apertura delle filiali



Territorio di operatività della BCC di San Marzano di S.G.



Legenda

- Comune di San Marzano di San Giuseppe (TA)
- Comune di Francavilla Fontana (BR)
- Comune di Grottaglie (TA)
- Comune di Taranto (TA)
- Comune di Faggiano (TA)
- Comune di Villa Castelli (BR)
- Comune di Leporano (TA) - anno 2006

1.2.2 Rete Commerciale

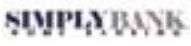


Rete Sportelli

Il territorio di operatività, rappresentato da 26 comuni, è coperto attraverso 7 filiali:

-  San Marzano di San Giuseppe (TA)
-  Francavilla Fontana (BR)
-  Grottaglie (TA)
-  Taranto
-  Foggiano (TA)
-  Villa Castelli (BR)
-  Leporano (operativa da febbraio 2006)

Canali Virtuali

La Banca è presente in rete sul sito www.bccsanmarzano.it e offre alla clientela i seguenti servizi:

-  nelle versioni:
Home Banking, per la clientela privata
Corporate Banking, per le imprese
-  un nuovo canale di comunicazione Banca/ cliente tramite cellulare GSM
-  per il trading on line

1.2.3 Evoluzione di alcuni prodotti

Di seguito, sono riportati i grafici che evidenziano l'evoluzione storica di alcuni prodotti e servizi offerti alla clientela.

Numero mutui	
Anno	N. mutui
2003	1.891
2004	2.136
2005	2.102



Numero conti correnti	
Anno	N. conti correnti
2003	5.617
2004	6.459
2005	6.930

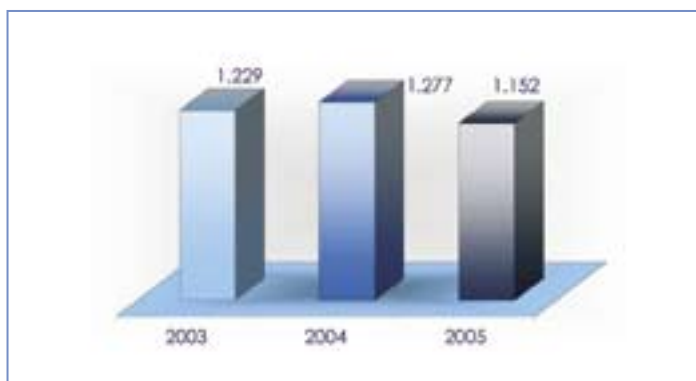


Numero depositi a risparmio	
Anno	Depositi a risparmio
2003	5.407
2004	5.543
2005	5.522



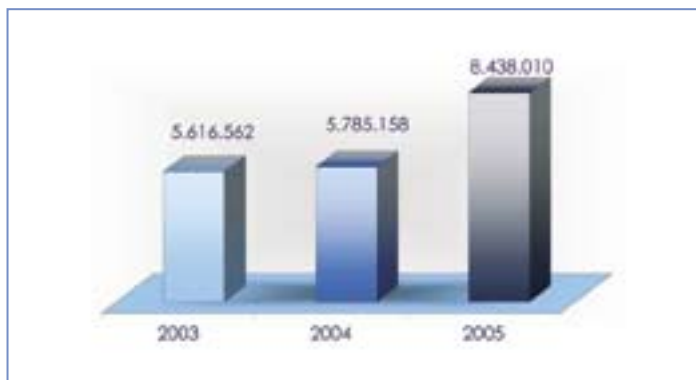
Numero certificati di deposito	
Anno	Certificati di deposito
2003	1.229
2004	1.277
2005	1.152

Numero certificati di deposito



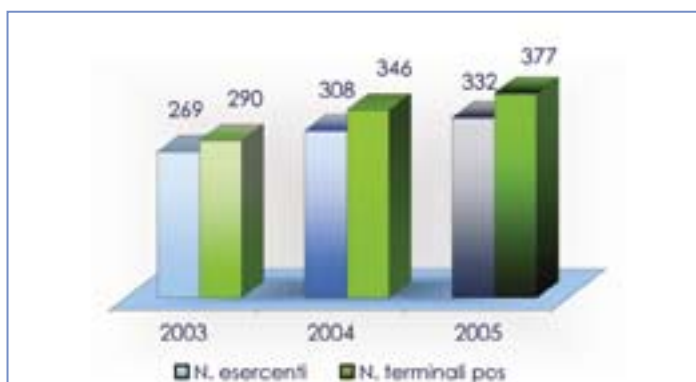
Risparmio gestito (importo)	
Anno	Risparmio gestito
2003	5.616.562
2004	5.785.158
2005	8.438.010

Risparmio gestito (importo)



Numero terminali pos/ esercenti		
Anno	N. esercenti	N. terminali pos
2003	269	290
2004	308	346
2005	332	377

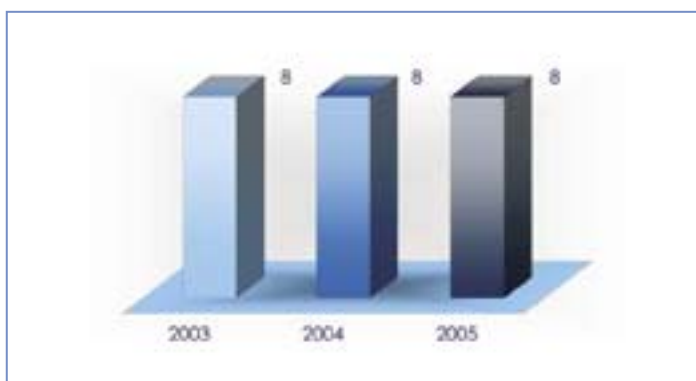
Numero terminali pos/ esercenti



Numero terminali ATM

Anno	N. terminali ATM
2003	8
2004	8
2005	8

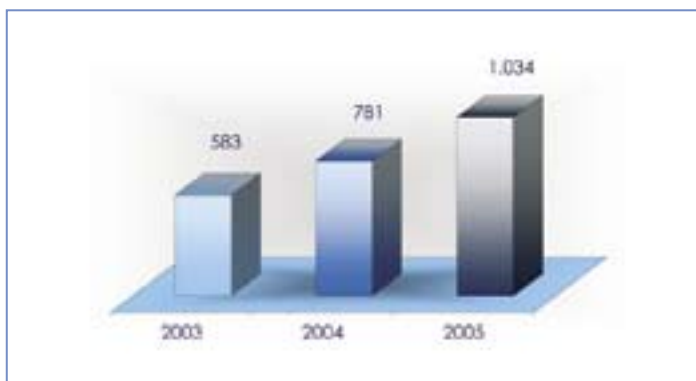
Numero terminali ATM



Numero utenti Home Banking *

Anno	N. Home Banking
2003	583
2004	781
2005	1.043

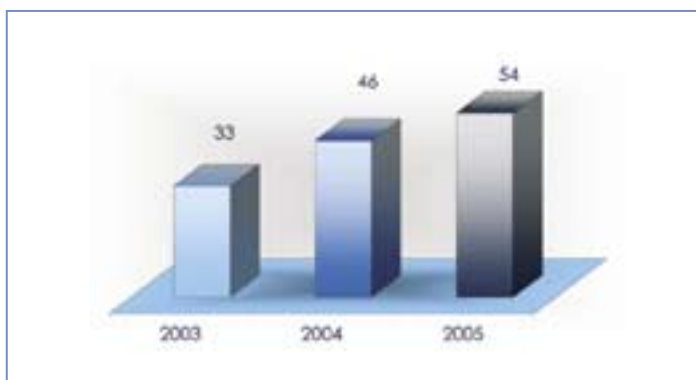
Numero utenti Home Banking



Numero utenti SMS Banking *

Anno	N. SMS Banking
2003	33
2004	46
2005	54

Numero utenti SMS Banking



* Il dato per gli anni 2003 e 2004, rispetto a quanto pubblicato nelle precedenti edizioni, è stato rideterminato secondo criteri più puntuali.

1.3 Valori

La BCC di San Marzano di S.G. è quotidianamente impegnata a perseguire la missione aziendale orientando i propri comportamenti verso un sistema di valori che, fondato sul rispetto della persona umana e della sua integrità, è ispirato dai seguenti documenti:

- la **Carta dei valori d'impresa**, elaborata dall'Istituto Europeo per il Bilancio Sociale
- la **Carta dei Valori del Credito Cooperativo**, che propone i principi fondamentali propri del credito cooperativo

Carta dei valori d'impresa*
<ul style="list-style-type: none"> • Centralità della persona, rispetto della sua integrità fisica e rispetto dei suoi valori di interrelazione con gli altri • Rispetto e tutela dell'ambiente
<ul style="list-style-type: none"> • Efficienza, efficacia ed economicità dei sistemi gestionali per accrescere costantemente i livelli di redditività e di competitività dell'impresa • Correttezza e trasparenza dei sistemi di gestione in conformità alle norme e alle convenzioni dei sistemi vigenti, nei riguardi delle componenti interne ed esterne all'impresa • Impegno costante nella ricerca e nello sviluppo per favorire e percorrere - nel perseguimento del disegno strategico - il massimo grado di innovazione • Attenzione ai bisogni ed alle aspettative legittime degli interlocutori interni ed esterni per migliorare il clima di appartenenza e il grado di soddisfazione
<ul style="list-style-type: none"> • Affidabilità dei sistemi/procedure di gestione per la sicurezza degli addetti, della collettività e dell'ambiente • 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 • Valorizzazione delle risorse umane attraverso percorsi di accrescimento professionale e di partecipazione agli scopi dell'impresa

* proposta dall'istituto Europeo per il Bilancio Sociale, è mutuata dalla Carta dei fondamentali valori dell'Uomo, elaborata dalla Fondazione Internazionale Nova Spes per lo sviluppo umano qualitativo e proposta come Carta dei Valori dell'ONU nel 1989, per dare un orientamento puntuale e socialmente univoco alle scelte d'intervento d'impresa.



Il Credito Cooperativo ha voluto esplicitare i propri principi e valori ispiratori definendo reali guide di orientamento dei propri comportamenti e azioni. E' stata così concepita una Carta dei Valori del Credito Cooperativo. I principi enunciati rendono la cooperazione di credito una formula viva e vitale per il Paese e per l'Europa, e che gli uomini e le donne del Credito Cooperativo si impegnano a rispettare e promuovere.

I nostri valori

La Carta dei Valori del Credito Cooperativo espone il fondamento dell'azione delle BCC nel loro territorio: lo sviluppo e la qualità, le regole di comportamento e gli impegni.

1. Primato e centralità della persona

Il Credito Cooperativo ispira le proprie attività all'assistenza e alla promozione della persona.

Il Credito Cooperativo è un sistema di banche costituite da persone che lavorano per la persona.

Il Credito Cooperativo investe nel capitale umano - costituito dai soci, dai clienti e dai collaboratori - per valorizzarlo nel tempo.

2. Impegno

L'impegno del Credito Cooperativo di assistenza, in particolare, nel soddisfare i bisogni finanziari dei soci e dei clienti, consiste nel miglioramento continuo della qualità e della serietà dei prodotti e dei servizi.

Obiettivo del Credito Cooperativo è produrre qualità e vantaggi, il cui valore economico, sociale e culturale è beneficio del soci e della comunità locale e "bénéficiaire" diretto.

Lo stile di servizio, lo stesso meccanismo del contratto, l'efficienza nella relazione con il socio e clienti, l'operosità nella cura della professionalità, l'efficienza costruttiva e la serietà sono per chi costruisce le attività del Credito Cooperativo e per chi vi presta le proprie attività professionali.

3. Assistenza

L'assistenza è uno dei pilastri fondamentali del Credito Cooperativo. Tale principio si realizza e si evolve nel tempo, collaudando e integrando nel "sistema" del Credito Cooperativo.

4. Promozione della partecipazione

Il Credito Cooperativo promuove la partecipazione al proprio lavoro e in particolare, in quelle che sono attività della cooperativa.

Il Credito Cooperativo favorisce la partecipazione degli operatori locali all'attività economica, partecipando alle famiglie e le piccole imprese, promuovendo l'attività di credito, nonché favorendo la produzione delle opportunità.

5. Cooperazione

Lo stile cooperativo è l'essenza del sistema. L'azione di gruppo, il lavoro di gruppo, la solidarietà locale e globale, si sono il frutto della cooperazione di credito. La cooperazione tra le banche cooperative attraverso le iniziative locali, regionali, nazionali e internazionali è a condizione per promuovere l'innovazione e migliorando il servizio ai soci e clienti.

6. Unità, servizio e benefici

Il Credito Cooperativo ha sempre il bene. Il conseguimento di un obiettivo, se non la distribuzione del profitto, è la meta che guida la gestione del Credito Cooperativo. Il risultato delle attività gestite è il risultato del lavoro dei soci del Credito Cooperativo.

Essi si attivano volontariamente, a scopi imprenditoriali e sociali dell'attività cooperativa, nonché contribuendo in modo significativo per l'efficienza, serietà e in sostegno della singola banca cooperativa.

Il Credito Cooperativo sociale si è dedicato alle attività di rafforzamento della finanza, in attività orientate per il profitto (dalla legge) e ad altre attività di attività sociale e di sviluppo.

Il patrimonio accumulato è un bene prezioso da promuovere e da dedicare nel rispetto dei beneficiari e nel favore di chi gestiscono il lavoro.

I soci del Credito Cooperativo possono, con la modalità più opportuna, ottenere benefici in proporzione all'attività finanziaria rimborsata in credito con la propria banca cooperativa.

7. Promozione dello sviluppo locale

Il Credito Cooperativo è impegnato nello sviluppo locale che lo sostiene in un'attività di sviluppo. Attraverso la propria attività assistenziale e sociale, la promozione annuale di una parte degli enti della gestione promuovendo il benessere della comunità locale, il suo sviluppo economico, sociale e culturale.

Il Credito Cooperativo espone un'attività imprenditoriale, "a risposta finanziaria", ed è un bene finanziario ed è un bene dell'economia locale.

8. Innovazione e professionalità

Il Credito Cooperativo si impegna a favorire la crescita delle competenze e delle professionalità degli operatori, dirigenti, collaboratori e lo stesso è il risultato della attività economica sociale, civile e culturale delle comunità locali.

9. Soci

I soci del Credito Cooperativo sviluppano un rapporto con la comunità allo sviluppo della banca cooperativa attraverso un'attività di credito, promozione sociale e culturale, presso le comunità locali e

10. Amministratori

Il consiglio di amministrazione del Credito Cooperativo si impegna nel proprio lavoro a perseguire gli obiettivi di sviluppo economico, sociale e culturale, a dedicare risorse umane e professionali al proprio lavoro, a dedicare il tempo necessario all'attività, a dedicare professionalità ed efficienza personale.

11. Dipendenti

Il dipendente del Credito Cooperativo si impegna nel proprio lavoro a dedicare il proprio tempo e di dedicare professionalità ed efficienza personale, a dedicare il proprio tempo e di dedicare professionalità ed efficienza personale.



1.4 Missione

Nel corso del 2005 la Banca ha ridefinito la propria mission introducendo come elementi qualificanti la coesione sociale e lo sviluppo sostenibile.

Testo Precedente

"Nell'esercizio della sua attività, la Società si ispira ai principi cooperativi della mutualità senza fini di speculazioni private.

Essa ha lo scopo di favorire i soci e gli appartenenti alle comunità locali nelle operazioni e nei servizi di banca, perseguendo il miglioramento delle condizioni morali, culturali ed economiche degli stessi e promuovendo lo sviluppo della cooperazione e l'educazione al risparmio e alla previdenza."

(Art. 18 dello Statuto sociale)

Testo Vigente

"Nell'esercizio della sua attività, la Società si ispira ai principi cooperativi della mutualità senza fini di speculazioni private.

Essa ha lo scopo di favorire i soci e gli appartenenti alle comunità locali nelle operazioni e nei servizi di banca, perseguendo il miglioramento delle condizioni morali, culturali ed economiche degli stessi e promuovendo lo sviluppo della cooperazione e l'educazione al risparmio e alla previdenza nonché la coesione sociale e la crescita responsabile e sostenibile del territorio nel quale opera.

La Società si distingue per il proprio orientamento sociale e per la scelta di costruire il bene comune. È altresì impegnata ad agire in coerenza con la Carta dei Valori del Credito Cooperativo e a rendere effettivi forme adeguate di democrazia economico-finanziaria e lo scambio mutualistico tra i soci "

Nell'attuare questa missione la BCC di San Marzano di S.G. pone al centro della sua attenzione:

- la **mutualità**: l'interesse dei soci
- il **localismo**: l'interesse del territorio di riferimento, ovvero la sua crescita economica, sociale e civile
- il **miglioramento continuo**
- l'**educazione al risparmio e alla previdenza**
- la **coesione sociale**
- lo **sviluppo sostenibile**

Per la BCC di San Marzano di S.G., la cooperazione non è solo una formula giuridica, ma un metodo ed uno stile: la condivisione di interessi con il territorio è il fondamento dell'azione della Banca.

1.5 Assetto istituzionale ed organizzativo

1.5.1 Assetto Istituzionale

Il capitale sociale della BCC di S. Marzano di S.G. è detenuto da persone fisiche e persone giuridiche appartenenti a diverse categorie di attività economica.

1.5.2 Corporate Governance

Il capitale sociale, al 31 dicembre 2005, è composto da n. 14.282 azioni, sottoscritte da 838 soci, residenti prevalentemente nelle province di Taranto e Brindisi.

Elementi significativi della Corporate Governance

- Voto capitario: ogni socio ha diritto di esprimere in assemblea un solo voto, indipendentemente dal numero delle azioni possedute.
- Limite del 5% per il possesso azionario: ogni socio può possedere massimo il 5% del capitale sociale.
- Destinazione del 97% dell'utile di esercizio a riserva legale indivisibile: il restante 3% dell'utile d'esercizio (in base alla Legge Finanziaria 2005 – 30.12.2004, n. 311, recante disposizioni in merito al nuovo regime fiscale delle Società Cooperative) è attribuito ai fondi mutualistici per la promozione e lo sviluppo della cooperazione (art. 50 dello Statuto).

Si precisa, tra l'altro, che le modifiche intervenute nel 2005 sullo statuto hanno confermato il sistema tradizionale.

Organi deputati alla corporate governance della BCC di S.Marzano

Consiglio di Amministrazione

È composto da nove membri, eletti dall'Assemblea tra i soci aventi diritto al voto e in possesso dei requisiti di moralità e professionalità previsti dalla legge. I consiglieri durano in carica tre anni e sono rieleggibili.

Direttore generale Emanuele Di Palma

Il Direttore Generale è il capo del personale ed ha il potere di proposta in materia di assunzione, promozione, provvedimenti disciplinari e licenziamento del personale. Prende parte, con parere consultivo, alle adunanze del Consiglio di Amministrazione, ha il potere di proposta in materia di erogazione del credito; dà esecuzione alle delibere degli organi sociali secondo le previsioni statutarie; sovrintende allo svolgimento delle operazioni e al funzionamento dei servizi secondo le direttive del Consiglio di Amministrazione, assicurando la conduzione unitaria della Società e l'efficacia del sistema dei controlli interni.



Il Consiglio di Amministrazione della BCC di San Marzano di S.G., al 31 dicembre 2005, è così composto.

Nome e Cognome	Carica ricoperta	Professione	Comune di residenza
Francesco Cavallo	Presidente dal 24.04.1988	Imprenditore agricolo	S.Marzano di S.G. (TA)
Tommaso Carissimo *	Vice Presidente dal 04.04.1971	Imprenditore agricolo	Francavilla Fontana (BR)
Giuseppe Bianchini	Consigliere dal 29.04.1990	Imprenditore agricolo	S.Marzano di S.G. (TA)
Angelo Ciurlo	Consigliere dal 25.04.1999	Commerciante	S.Marzano di S.G. (TA)
Francesco Cometa	Consigliere dal 18.12.1996	Medico	Grottaglie (TA)
Francesco De Padova	Consigliere dal 29.04.1990	Commerciante	S.Marzano di S.G. (TA)
Alessandro Greco	Consigliere dal 18.12.1996	Medico	Francavilla Fontana (BR)
Antonio Leo	Consigliere dal 25.04.1990	Insegnante	S.Marzano di S.G. (TA)
Biagio Monopoli	Consigliere dal 29.04.1990	Medico	S.Marzano di S.G. (TA)

* In occasione della riunione del Consiglio d'Amministrazione del mese di maggio 2006 il Consigliere Carissimo, per motivi d'età, ha rassegnato le proprie dimissioni dalla carica di Consigliere e Vice Presidente. Il Consiglio nomina in qualità di Vice Presidente il Consigliere dott. Francesco Cometa e coopta, alla carica di Consigliere, il dott. Raimondo Lanzo (dottore in Scienze Agrarie).

Il Collegio Sindacale della BCC di San Marzano di S.G. al 31 dicembre 2005 risulta così composto:

Nome e Cognome	Carica ricoperta	Professione	Comune di residenza
Vincenzo Fasano	Presidente	Dottore Commercialista	Grottaglie (TA)
Maria Virginia Andrisano	Sindaco effettivo	Dottore Commercialista	Manduria (TA)
Ciro Cafforio	Sindaco effettivo	Dottore Commercialista	Grottaglie (TA)
Cosimo Damiano Miccoli	Sindaco Supplente	Dottore Commercialista	S.Marzano di S.G. (TA)
Pietro Rossellini	Sindaco Supplente	Dottore Commercialista	Grottaglie (TA)

Il Collegio dei Probiviri della BCC di San Marzano di S.G. al 31 dicembre 2005 risulta così composto:

Nome e Cognome	Carica ricoperta	Professione	Comune di residenza
Augusto Dell'Erba	Presidente	Avvocato	Castellana (BA)
Saverio De Michele	Membro effettivo	Ragioniere commercialista	Bari
Vito Lorenzo Vieli	Membro Supplente	Avvocato	Taranto
Cosimo Damiano Miccoli	Sindaco Supplente	Avvocato	Grottaglie (TA)

1.5.3 Partecipazioni ed alleanze

Al 31 dicembre 2005 le partecipazioni, iscritte in bilancio, sono esclusivamente in imprese legate al mondo finanziario, appartenenti al "Movimento Cooperativo":

- ICCREA HOLDING
- CO.SE.BA
- Federazione delle BCC di Puglia e Basilicata
- Fondo Garanzia Depositanti BCC
- Visa Europe Limited

Si segnala inoltre che la Banca detiene altre partecipazioni in Società locali per lo sviluppo economico e sociale che risultano completamente svalutate.

Nel corso del 2005 ha consolidato le alleanze con società prodotte nazionali ed

internazionali, nell'ottica di poter offrire prodotti e servizi sempre più diversificati ed idonei alle molteplici esigenze della propria clientela in costante crescita numerica e qualitativa..

Si riporta, di seguito, il prospetto delle alleanze che la Banca intrattiene con le società prodotte.

Alleanze	
	Prestito personale Convenzionamento esercenti
	Fondi Comuni di Investimento
	Polizze Vita e Danni
	Fondi Comuni di Investimento Fondo Pensionistico Gestioni Patrimoniali
	Fondi Comuni di Investimento*
	Leasing strumentale, immobiliare, auto al consumo
	Negoziazione conto terzi
	Mutui casa*
	Index linked: Idea Piano Pensionistico Individuale United Linked: Autore
	Servizi di Factoring
	Cessione pro soluto dei crediti certi non onorati
	United Linked: Euroattiva, Euro Sviluppa Capitalizzazione: Certezza Piano Pensionistico: Vivere Bene Pensione Index: Dynamic Protection
	Credito agrario, fondiario - edilizio, alle opere pubbliche e agli impianti di pubblica utilità

	Servizio di trading on line
	Findomestic - Prestito personale Carta Aura
	Negoziante proprietà
	Polizze Danni
	Polizze Vita Unit Linked
	Negoziante conto terzi Gestione su base individuale di portafogli di investimento per c/terzi SICAV
	Prestito - Prestito personale Convenzionamenti esercenti Carta Revolving VITA
	SICAV classe A e B
	Unit linked: Euros Plan Piano di risparmio a prezzo ricorrente: Rassicura Plan Polizza a premio unico: Rassicura
	Leasing strumentale, immobiliare, auto, al consumo.
	Mutui a tasso fisso e variabile

* Partnership assunta nel 2005

1.6 Sustainability Governance

Al fine di garantire il perseguimento e il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità, nel rispetto dei valori del Credito Cooperativo, la Banca si è dotata di alcuni strumenti di governance, il cui funzionamento è ormai entrato a pieno regime.

1.6.1 Norme interne e sistemi di controllo volti a garantire l'osservanza della legge

Di seguito si descrive il sistema dei controlli interni della Banca.

Tipologia di controllo	Caratteristiche
Controlli di linea (primo livello)	Sono basati su un corpus normativo interno di sette manuali operativi (disponibili in rete per tutti i dipendenti), che prevedono regole di comportamento e disposizioni per ciascuna funzione.
Controlli sulla gestione dei rischi (secondo livello)	Sono affidati all'Ufficio Ispettorato Amministrativo della Banca, i cui compiti sono nettamente separati dalle funzioni operative.
Internal Audit (controlli di terzo livello)	Dal 2002 è stato affidato al CO.SE.BA. ¹ , Consorzio Servizi Interbancari, che ha il compito di verificare, in modo continuativo, la conformità dei processi aziendali agli standard previsti, al fine di monitorare le diverse variabili di rischio

1.6.2 Bilancio Sociale

Il Bilancio Sociale è per la BCC di S. Marzano di S.G. uno strumento di rendiconto delle proprie performance e di valorizzazione del grado di consenso e legittimazione della Banca da parte degli interlocutori e della comunità locale.

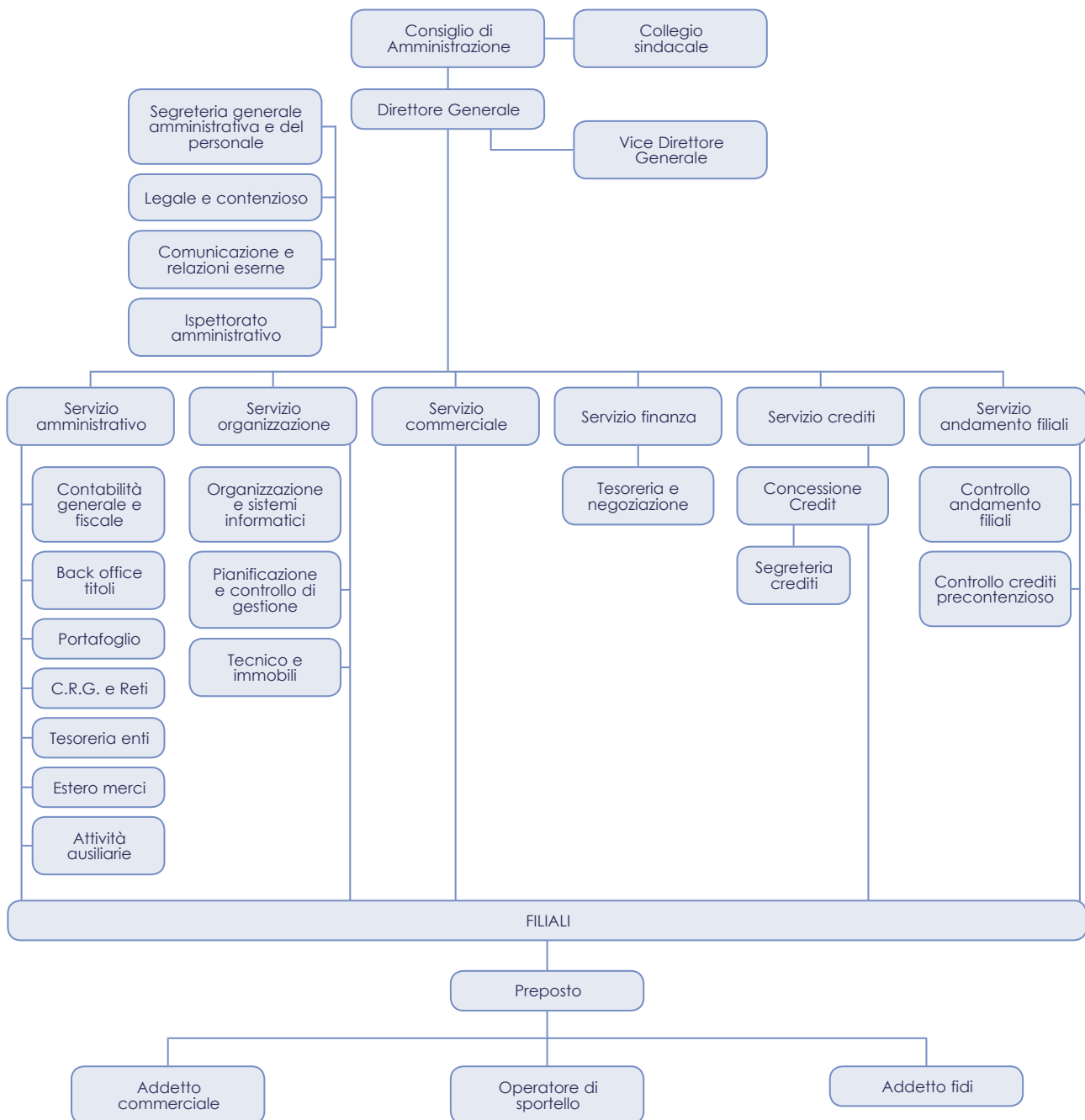
La BCC di S. Marzano di S.G. pubblica il Bilancio Sociale dall'esercizio 2002 e dal 2003 rileva in modo graduale il consenso degli Stakeholder.

¹Le istruzioni di Vigilanza della Banca d'Italia prevedono che le banche di ridotte dimensioni possano affidare il servizio di Internal Audit (controllo di terzo livello) a soggetti terzi. La Banca ha scelto di esternalizzare il servizio di internal auditing seguendo il progetto, di tutto il Sistema del Credito Cooperativo, volto a sviluppare un complesso sistema di controlli e di interventi preventivi e correttivi al quale partecipano, con ruoli e compiti diversi, le Federazioni Locali, Federcasse e il Fondo di Garanzia dei Depositanti, in stretta collaborazione con le Autorità di Vigilanza. L'Ente costituito a tal proposito è il Consorzio Servizi Bancari CO.SE.BA. S.c.p.a., il soggetto terzo a cui le BCC/CRA di Puglia, Basilicata e Calabria, congiuntamente all'Associazione delle Banche di Credito Cooperativo di Puglia e Basilicata, hanno delegato il compito di realizzare i controlli interni, attraverso l'analisi dei principali processi di lavoro.

1.6.3 Assetto organizzativo

L'organigramma è stato modificato nel corso del 2005 attraverso una ridefinizione e ristrutturazione dei compiti allo scopo di migliorare ulteriormente il livello di flessibilità e produttività dei processi, collocando le persone in base alla professionalità acquisita e alle attitudini personali.

B.C.C. di San Marzano di San Giuseppe (TA)
Organigramma Aziendale



1.6.4 Il mercato del credito

Nella provincia di Taranto e Brindisi la BCC di San Marzano di S.G. è la Banca di Credito Cooperativo che conta il maggior numero di sportelli, dipendenti, clienti ed il maggior volume d'affari.

Le quote di mercato acquisite sono determinati nelle località in cui la Banca è presente .

La Banca continua a svolgere una significativa azione di impulso e di sostegno all'economia locale, in un momento in cui gli Istituti di caratura nazionale sono sempre più impegnati in uno sforzo di consistenti ristrutturazioni organizzative e quindi meno attente alle necessità ed alle aspettative del territorio.

Anche nel 2005 la presenza della BCC di San Marzano di S.G. nel territorio di competenza si è fatta sentire sempre di più attraverso l'erogazione del credito che ha contribuito in modo significativo a soddisfare le esigenze finanziarie delle imprese produttive e le aspettative economiche della popolazione.

1.7 Disegno strategico

1.7.1 Piano strategico triennio 2005 - 2007

La Banca, già nel corso del 2003, aveva avviato i lavori di approntamento del nuovo piano strategico per gli anni 2005 – 2007, in considerazione del fatto che tutti gli obiettivi del precedente piano erano stati raggiunti e superati con largo anticipo.

Gli obiettivi in esso contenuti sono di seguito riportati.

Obiettivi strategici 2005-2007

- Allargare e qualificare la compagine sociale
- Rafforzare e potenziare Uffici e Funzioni ritenute fondamentali al fine di aumentare l'efficienza ed analizzare piazze limitrofe per l'apertura di nuove agenzie.
- Puntare ad una crescita sostenibile senza intaccare gli equilibri economici e patrimoniali.

1.7.2 Piano strategico triennio 2006 - 2008

Nel corso del 2005 gli obiettivi individuati nel precedente piano sono stati più puntualmente definiti all'interno del Piano Strategico 2006 – 2008 che, alla luce del trend degli anni precedenti, fissa nuovi obiettivi sia in termini quantitativi che qualitativi.

L'impegno è di consolidare la crescita attraverso azioni e strategie, fondate su elementi duraturi e difendibili per diffondere gli ideali cooperativistici e aumentare ancor di più il radicamento nel territorio di riferimento al fine di raggiungere una soglia dimensionale tale da consentire lo svolgimento sempre più efficace ed efficiente dell'operatività aziendale.

1.8 Piano programmatico

Nella seguente tabella riportiamo il confronto tra il Piano Strategico 2005-2007 e quello 2006-2008 in riferimento ai principali aggregati patrimoniali.

AGGREGATI PATRIMONIALI	OBIETTIVO PIANO STRATEGICO 2005 - 2007	CONSUNTIVO 2005	OBIETTIVO PIANO STRATEGICO 2006 - 2008*
Raccolta Diretta	crescita del 6% annuo	crescita del 17% annuo	confermare la crescita del 17% annuo
Impieghi	crescita del 13% annuo	crescita del 25% annuo	crescita del 17% annuo
Impieghi/raccolta	percentuale al di sotto del 66%	57%	mantenere la percentuale al di sotto del 66%
Patrimonio di vigilanza	incremento patrimonializzazione	17.618 mila euro	incremento medio del 14% annuo

* Le previsioni sull'andamento degli aggregati per il periodo 2006 - 2008 includono l'effetto della apertura (avvenuta nel Febbraio 2006) del nuovo sportello di Leporano, della futura apertura dello sportello nella Camera di commercio di Taranto e di un ulteriore nuovo sportello nel 2008.

La tabella seguente riporta, per Aree Funzionali, le principali linee politiche attraverso le quali la BCC di San Marzano di S.G. intende perseguire gli obiettivi delineati nel Piano Strategico 2005-2007 ed evidenzia come le stesse si siano evolute in un successivo Piano Strategico 2006-2008, resi necessario in conseguenza del raggiungimento anzitempo degli obiettivi del primo Piano.

Piano Programmatico 2005 - 2007

Aree funzionali	Linee politiche piano strategico 2005 - 2007	2005	Linee politiche piano strategico 2006 - 2008
<p>Personale</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Potenziamento dell'Ufficio Risk Controller, Maggiore professionalizzazione degli addetti • Potenziamento del settore credito attingendo a risorse interne che saranno sottoposte ad un addestramento particolarmente formativo • Strutturazione dell'area Commerciale • Assunzione del Direttore Amministrativo • Assunzione di 4 unità lavorative a tempo determinato e ricorso a lavoro interinale • Accrescimento della professionalità del personale attraverso piani di formazione del personale 	<p>★★</p> <p>★★</p> <p>★★</p> <p>★★★</p> <p>★★★</p> <p>★★</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Potenziamento della struttura dirigenziale; • Potenziamento dell'Ufficio Risk Controller al fine di far fronte all'aumento dei volumi gestiti e quindi dei rischi potenziali da presidiare; • Costante formazione dei dipendenti mirata ad accrescere la qualità del servizio prestato
<p>Organizzazione</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Apertura dal 2006 di una nuova agenzia • Nuova sede per l'agenzia di Fragagnano • Completamento dell'ampliamento della sede di San Marzano 	<p>★★</p> <p>★</p> <p>★★★</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Trasformazione della Tesoreria operante presso la Camera di Commercio di Taranto in sportello a piena operatività; • Apertura di uno sportello Bancomat presso l'aeroporto di Grottaglie • Apertura di un nuovo sportello nel comprensorio di Sava, Montemesola, Monteiasi, Carosino, Crispiano • Separazione fra la Direzione Generale e la Filiale di San Marzano
<p>Approvvigionamenti e Partnership</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Valutazione di programmi di espansione attraverso aggregazioni con consorelle limitrofe 	<p>★</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Accentuazione i contatti già avviati finalizzati ad aggregazioni con consorelle operanti nel territorio locale • Rafforzamento dei rapporti con i professionisti aderenti ad Ordini Professionali

Amministrazione	<ul style="list-style-type: none"> • Ampliamento della base sociale 	★★	<ul style="list-style-type: none"> • Ulteriore ampliamento della base sociale
	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementare l'efficacia dei controlli interni, del settore finanza, amministrazione e del settore credito 	★★	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementare l'efficienza dei controlli interni
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Attenzione crescente nei confronti dei soci attraverso iniziative mirate e la creazione di prodotti ad hoc 	★★★	<ul style="list-style-type: none"> • Offrire una gamma di servizi e prodotti finanziari sempre più evoluti al fine di acquisire nuova clientela
			<ul style="list-style-type: none"> • Offrire Consulenza alle imprese, in modo che la BCC di San Marzano possa caratterizzarsi come "Banca di Sviluppo" nel territorio
Comunicazione	<ul style="list-style-type: none"> • Divulgazione del periodico aziendale "Sportello Aperto" 	★★★	<ul style="list-style-type: none"> • Diffondere gli ideali cooperativistici • Favorire la diffusione della cultura dello Sviluppo sostenibile
	<ul style="list-style-type: none"> • Organizzazione di incontri e convegni su temi di attualità 	★★★	

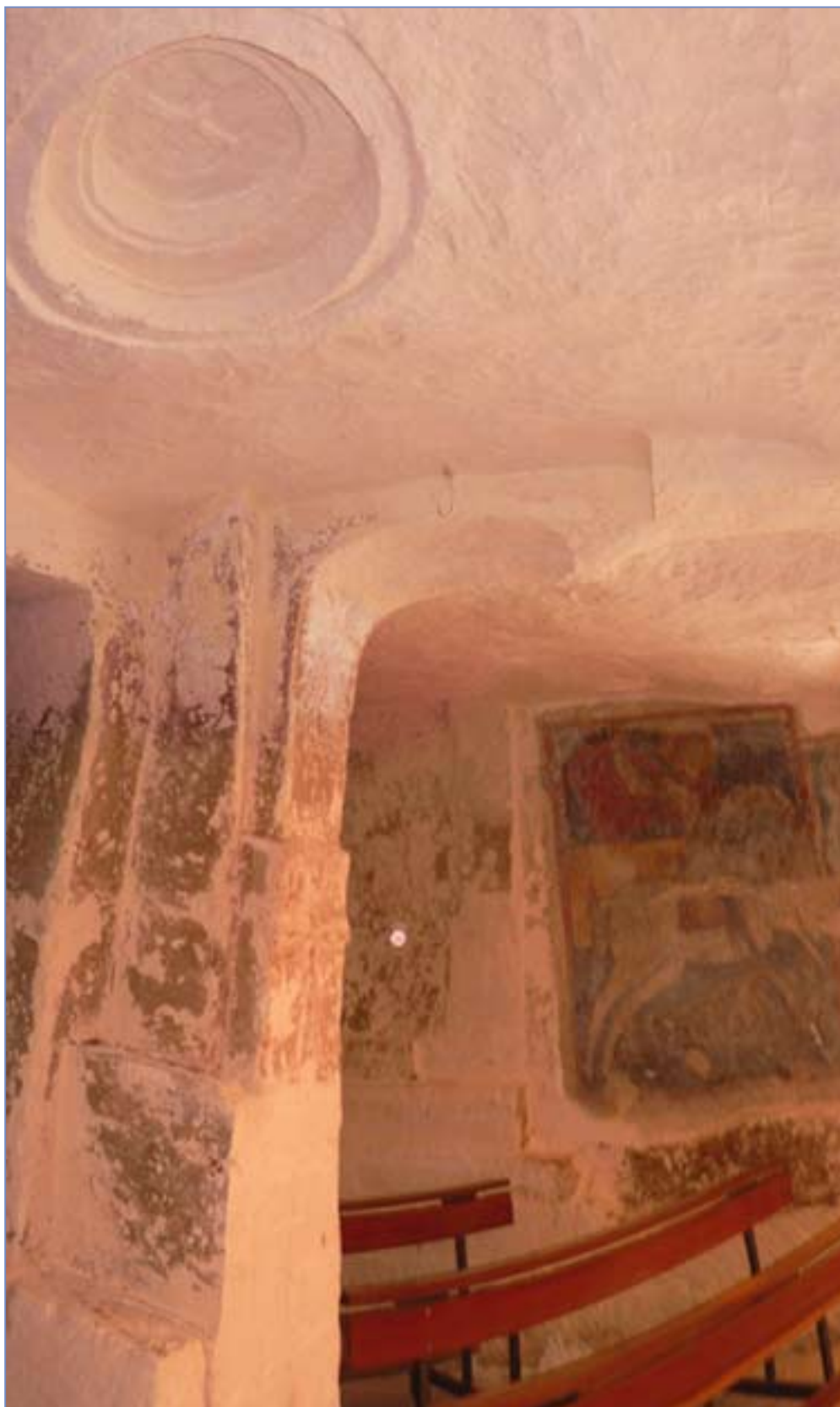
Legenda:

- * politiche realizzate in minima parte o in fase di avvio
- ★★ politiche in corso di realizzazione
- ★★★ politiche completamente realizzate

1.9 Scelte della BCC di San Marzano di S.G. in tema di responsabilità sociale d'impresa

La BCC di San Marzano di S. G. ha avviato ormai da alcuni anni un processo di gestione responsabile per lo sviluppo sostenibile, ispirato ai valori condivisi del sistema del Credito Cooperativo. Il miglioramento continuo di tale processo, perseguito ogni anno dalla Banca, ha permesso di definire delle linee strategiche in tema di responsabilità sociale d'impresa che permeano tutte le attività, le iniziative e i rapporti che quotidianamente intercorrono con gli interlocutori del territorio.

Responsabilità sociale d'impresa	
Linee strategiche della BCC di San Marzano di S. G.	Principali fatti del 2005
Individuare canali di dialogo sempre più efficienti con tutti gli interlocutori e, in particolare, con le amministrazioni e le istituzioni locali, al fine di avviare iniziative condivise di sostegno al sistema economico-sociale del territorio.	<ul style="list-style-type: none"> • Forum sul turismo di qualità. • Convegno sullo sport e l'economia. • Seminari sulle novità introdotte dalla legge 488/92 e sulle novità rivenienti dalla Finanziaria 2005. • Progetto di finanziamento delle piccole medie imprese per la costruzione di un insediamento produttivo nella zona di Pulsano (TA).
Garantire una costante attenzione alle mutevoli esigenze dei principali attori della società civile: la famiglia, le donne, i giovani, gli studenti.	<ul style="list-style-type: none"> • Conto Famiglia destinato alle famiglie. • Conto Sprint destinato a raccogliere il risparmio dei figli. • Nel 2005 sono state avviate una serie di attività che hanno portato a realizzare nel 2006 numerose iniziative a favore del mondo femminile e degli studenti.
Promuovere e partecipare ad iniziative volte ad alleviare situazioni di disagio sociale presenti sia sul territorio di riferimento che al di fuori dei confini nazionali.	<ul style="list-style-type: none"> • Mutuo Adotto per le famiglie che hanno deciso di impegnarsi per un'adozione internazionale. • Adozioni a distanza per il tramite dell'"Associazione Amici di Manaus Onlus". • Sostegno ad un'iniziativa da realizzare nel Ciad per spostare la popolazione che vive nei pressi delle discariche. • Solidarietà alle popolazioni asiatiche colpite dal maremoto.
Partecipare a progetti di alta formazione e ricerca di concerto con Università e centri di ricerca.	<ul style="list-style-type: none"> • Convenzioni con l'Università di Lecce per tirocini di formazione svolti da laureandi. • Nel corso del 2005 si sono costituite le basi per più concrete iniziative e collaborazioni con le Università realizzate nel 2006.
Sostenere il mondo della cultura, dell'arte, dello sport e delle tradizioni popolari.	<ul style="list-style-type: none"> • Sponsorizzazione della manifestazione culturale "Ulivo D'oro". • Convegno su San Francesco de Geronimo. • Convegno degli studi sulla Magna Grecia. • Concorso pittorico "Antichi sapori e colori di Puglia".
Contribuire proattivamente a diffondere la cultura del rispetto dell'ambiente e sostenere iniziative finalizzate alla valorizzazione e alla tutela ambientale.	<ul style="list-style-type: none"> • Partecipazione al progetto locale "Agenda 21".



Santuario della Madonna delle Grazie, particolare dell'ipogeo dedicato a San Giorgio e Santa Barbara.

2. Rendiconto (Produzione e distribuzione del valore)

Il rendiconto è lo schema volto a fornire i dati relativi al conto economico, riclassificati in modo da evidenziare:

- *il processo di formazione del Valore Aggiunto (inteso come differenza tra il valore della produzione ed il totale dei consumi).*
- *la distribuzione del Valore Aggiunto tra tutti coloro che, a vario titolo, hanno un rapporto di "scambio" con la **BCC di San Marzano di S.G.**, ovvero le risorse umane, il sistema Enti ed Istituzioni, la comunità locale, il sistema cooperativo ed il sistema per lo sviluppo locale (in termini di accantonamento di risorse necessarie agli investimenti produttivi).*

Il valore aggiunto, così evidenziato, rappresenta la capacità della BCC di San Marzano di S.G. di creare ricchezza e distribuirla tra gli stakeholder di riferimento del contesto sociale in cui essa opera, nel rispetto dell'economicità di gestione.

2.1 Dati significativi di gestione

Per descrivere la dimensione economico-patrimoniale della BCC di San Marzano di S.G. sono di seguito riportati i principali dati dell'ultimo triennio, sia in valore assoluto che sotto forma di indici.

2.1.1 Financial Highlights

Per rappresentare la dimensione economica dell'attività della Banca si riportano le principali grandezze economico-patrimoniali (riferimento: Modello ABI/IBS di Bilancio Sociale) dell'ultimo triennio.

Si segnala che gli schemi di Stato Patrimoniale e di Conto Economico riclassificati, riferiti al triennio oggetto del presente Bilancio sono contenuti in appendice.

Financial Highlights			
	2003	2004	2005
Totale attivo	140.375.519	162.456.611	193.819.332
Impieghi finanziari complessivi (clientela e banche)	78.333.243	100.143.629	124.870.227
Raccolta diretta della clientela	123.467.086	145.492.889	173.966.553
Patrimonio netto	12.031.111	13.142.678	14.806.951
Crediti verso clientela	63.204.614	85.653.685	102.251.801
Margine di interesse	4.733.387	5.224.040	6.172.052
Margine di intermediazione	6.257.692	7.529.882	8.899.572
Ricavi netti da servizi	1.135.799	1.382.026	1.694.215
Spese amministrative	4.392.956	5.025.732	5.762.801
Risultato lordo di gestione (rif.mod. ABI/IBS bil.sociale)	1.864.736	2.504.150	3.136.771
Risultato netto	947.065	1.057.208	1.622.291

Anche nel 2005 i dati evidenziano una forte crescita confermando la capacità della Banca di realizzare programmi sostenibili di sviluppo di medio-lungo periodo. Particolarmente significativo è il dato del risultato netto che, nel 2005, ha registrato un incremento del 53,44% rispetto al 2004 anno in cui l'incremento dell'utile si era attestato ad un 11,63% confrontato con il 2003.

A tal proposito è importante sottolineare che l'utile di esercizio concorre alla patrimonializzazione della Banca, poiché è destinato per il 97% alla riserva legale indivisibile.

2.1.2 Indici gestionali

Di seguito sono elencati i principali indicatori che saranno trattati nelle pagine seguenti:

A. Indici di efficienza del personale:

Impieghi a clientela (al lordo delle svalutazioni)/Numero dipendenti

Raccolta diretta/Dipendenti medi

Spese per il personale/Margine di intermediazione

Margine di intermediazione/Dipendenti medi

Risultato lordo/Dipendenti medi

B. Indici patrimoniali

Patrimonio/Impieghi al lordo delle svalutazioni

Patrimonio/Raccolta da clientela

C. Indicatori di profilo reddituale

R.O.E. (Return On Equity)

R.O.A. (Return On Asset)

Ricavi netti da servizi/Margine di intermediazione

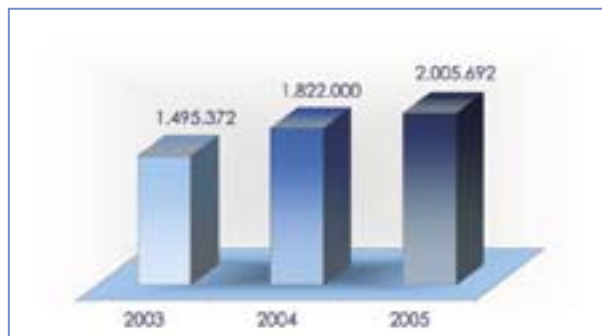
Spese amministrative/Margine d'interesse

Spese amministrative/Margine di intermediazione

A. Indici di efficienza del personale

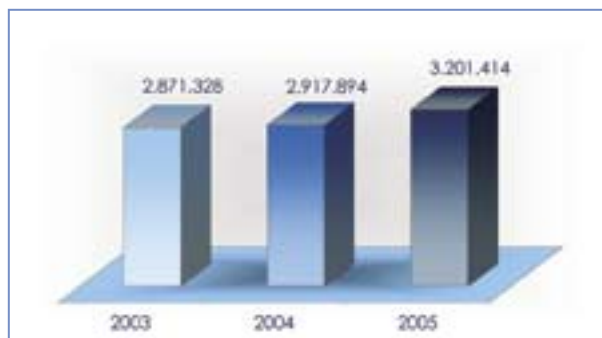
Impieghi a clientela / Numero dipendenti			
Anno	Impieghi a clientela (al lordo delle svalutazioni e al netto del prestito titoli)	Numero medio dipendenti	Ratio
2003	64.301.000	43	1.495.372
2004	87.456.000	48	1.822.000
2005	104.296.000	52	2.005.692

Impieghi al lordo delle svalutazioni per dipendente



Raccolta diretta da clientela / Numero dipendenti			
Anno	Raccolta diretta da clientela (escluse operazioni PCT e prestito titoli)	Numero medio dipendenti	Ratio
2003	123.467.086	43	2.871.328
2004	140.058.889	48	2.917.894
2005	166.473.553	52	3.201.414

Raccolta diretta da clientela / Numero dipendenti



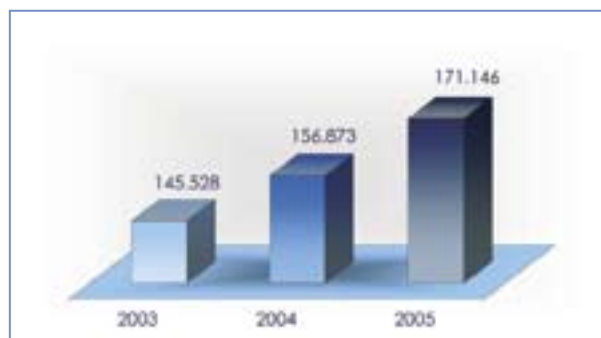
Spese per il personale / Margine d'intermediazione			
Anno	Spese per il personale	Margine d'intermediazione	Ratio
2003	2.302.222	6.257.692	36,79%
2004	2.610.222	7.529.882	34,66%
2005	2.814.263	8.899.572	31,62%

Spese per il personale / Margine d'intermediazione



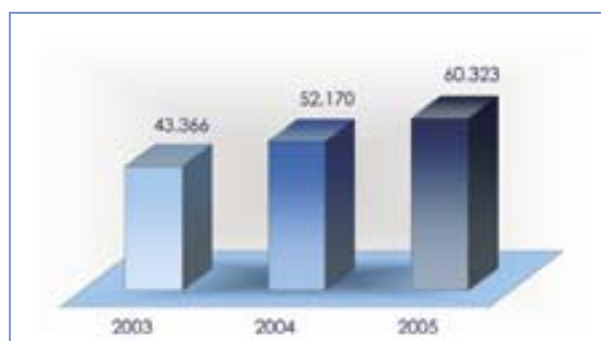
Margine d'intermediazione / N. medio dipendenti			
Anno	Margine d'intermediazione	Numero medio dipendenti	Ratio
2003	6.257.692	43	145.528
2004	7.529.882	48	156.873
2005	8.899.572	52	171.146

Margine d'intermediazione / N. medio dipendenti



Risultato lordo per dipendente			
Anno	Risultato lordo	Numero medio dipendenti	Ratio
2003	1.864.736	43	43.366
2004	2.504.150	48	52.170
2005	3.136.771	52	60.323

Risultato lordo per dipendente



B. Indici patrimoniali

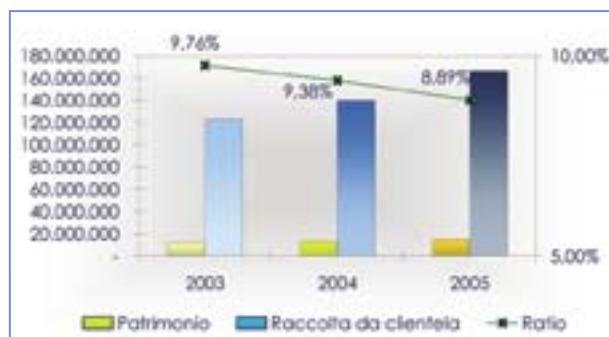
Patrimonio netto / impieghi al lordo svalutazioni			
Anno	Patrimonio (incluso f.do Rischio Bancari Generali)	Impieghi a clientela (al lordo delle svalutazioni e al netto del prestito titoli)	Ratio
2003	12.053.442	64.301.000	18,75%
2004	13.142.678	87.456.000	15,03%
2005	14.806.951	104.296.000	14,20%

Patrimonio netto / Raccolta da clientela



Patrimonio netto / Raccolta da clientela			
Anno	Patrimonio (incluso f.do Rischii Bancari Generali)	Impieghi a clientela (escluse operazioni PCT e prestito titoli)	Ratio
2003	12.053.442	123.467.086	9,76%
2004	13.142.678	140.058.889	9,38%
2005	14.806.951	166.473.553	8,89%

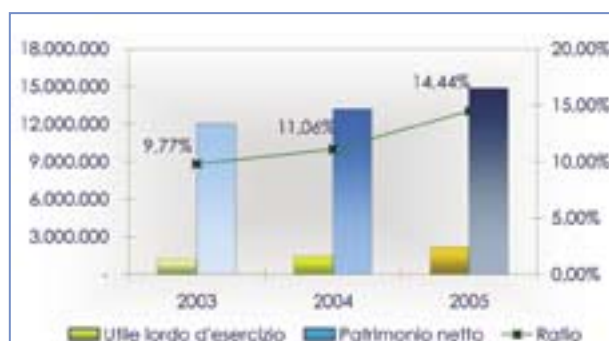
Patrimonio netto / impieghi al lordo svalutazioni



C. Indicatori di profilo reddituale

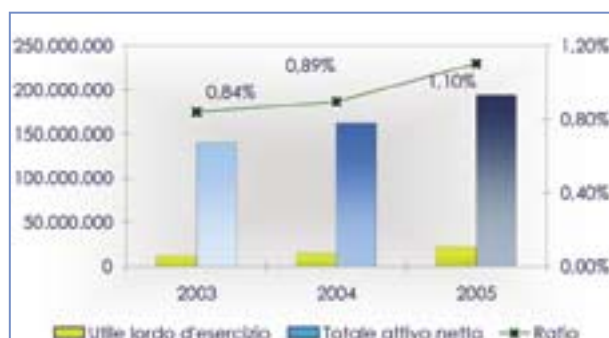
R.O.E.			
Anno	Utile lordo d'esercizio	Patrimonio netto	Ratio
2003	1.177.030	12.053.442	9,77%
2004	1.453.944	13.142.678	11,06%
2005	2.137.918	14.806.951	14,44%

R.O.E.



R.O.A.			
Anno	Utile lordo d'esercizio	Totale attivo netto (escluse prestito titoli)	Ratio
2003	1.177.030	140.375.519	0,84%
2004	1.453.944	162.456.611	0,89%
2005	2.137.918	193.819.332	1,10%

R.O.A.



Ricavi netti da servizi / Margine d'intermediazione

Anno	Ricavi netti da servizi	Margine d'intermediazione	Ratio
2003	1.135.799	6.257.692	18,15%
2004	1.382.026	7.529.882	18,35%
2005	1.694.215	8.899.572	19,04%

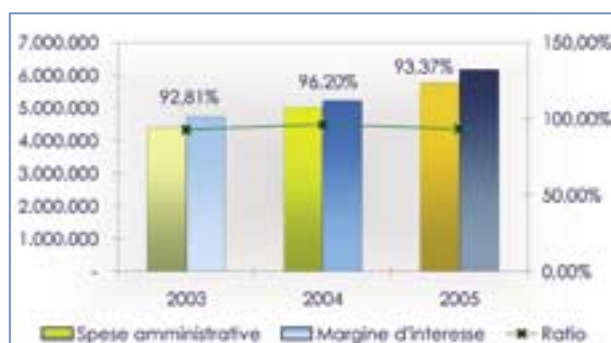
Ricavi netti da servizi / Margine d'intermediazione



Spese amministrative / Margine d'interesse

Anno	Spese amministrative	Margine d'interesse	Ratio
2002	4.392.956	4.733.387	92,81%
2003	5.025.732	5.224.040	96,20%
2005	5.762.801	6.172.052	93,37%

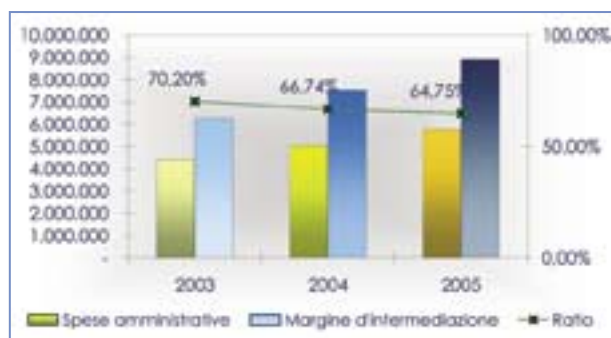
Spese amministrative / Margine d'interesse



Spese amministrative / Margine d'intermediazione

Anno	Spese amministrative	Margine d'intermediazione	Ratio
2003	4.392.956	6.257.692	70,20%
2004	5.025.732	7.529.882	66,74%
2005	5.762.801	8.899.572	64,75%

Spese amministrative / Margine d'intermediazione



2.2 Calcolo del valore aggiunto

Il valore aggiunto rappresenta l'anello di congiunzione tra la rendicontazione sociale ed i dati economico-finanziari, in quanto assunti direttamente dal Bilancio di Esercizio redatto nel rispetto delle norme civilistiche e verificato dagli organi di controllo.

Prospetto analitico ABI / IBS di determinazione del valore aggiunto			
	2003	2004	2005
Ricavi			
Interessi attivi e proventi assimilati	6.537.932	6.934.557	8.224.427
Commissioni attive	1.339.160	1.647.006	2.027.152
Altri ricavi:			
- dividendi e altri proventi	41.966	33.384	42.258
- profitti netti da operazioni finanziarie		111.496	
- altri proventi di gestione	701.538	845.704	1.151.835
1. TOTALE PRODUZIONE LORDA	8.620.596	9.572.147	11.445.672
Consumi			
Interessi passivi e oneri assimilati	-1.846.511	-1.743.901	-2.094.633
Commissioni passive	-245.327	-298.364	-375.195
Perdite nette da operazioni finanziarie	-271.066	0	-76.272
Altre Spese amministrative (1)	-1.660.222	-2.002.008	-2.329.881
Rettifiche/Riprese di valore su crediti			-608.332
Rettifiche/Riprese di valore su immobilizzazioni finanziarie	-132.840	-712.115	-25.823
Accantonamenti per rischi ed oneri	-75.977	-6.500	
Accantonamenti ai fondi rischi su crediti	-21.396	0	
2. TOTALE CONSUMI	-4.253.339	-4.762.888	-5.458.490
3. VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO	4.367.257	4.809.259	5.987.182
Componenti straordinari:			
- proventi straordinari	94.495	106.778	95.776
- oneri straordinari	-128.648	-86.414	-113.734
4. VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	4.333.104	4.829.623	5.969.224
Ammortamenti	-423.340	-351.955	-398.386
5. VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	3.909.764	4.477.668	5.570.838
Costo del lavoro:			
- diretto	-1.879.278	-2.182.269	-2.318.367
- indiretto	-422.944	-427.953	-495.896
Costo del personale non dipendente	-111.916	-90.268	-125.396
Elargizioni e liberalità	-38.504	-33.341	-19.449
Imposte e tasse indirette e patrimoniali	-280.092	-289.893	-473.812
6. RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE	1.177.030	1.453.944	2.137.918
Variazione del Fondo Rischi Bancari Generali			
Imposte sul reddito d'esercizio	-229.965	-396.736	-515.627
7. RISULTATO DI ESERCIZIO	947.065	1.057.208	1.622.291

(1) Al netto di elargizioni e liberalità, imposte e tasse indirette e costo del personale non dipendente.

Il valore aggiunto è la misura del benessere economico prodotto dalla gestione durante l'esercizio. Tale valore è stato distribuito agli stakeholder come segue.

Prospetto ABI / IBS di riparto del valore aggiunto globale e della sua distribuzione

	2003	2004	2005
1. RICAVI	8.620.596	9.572.147	11.445.672
2. CONSUMI	-4.253.339	-4.762.888	-5.458.490
COMPONENTI STRAORDINARIE NETTE	-34.153	20.364	-17.958
3. VALORE AGGIUNTO GLOBALE	4.333.104	4.829.623	5.969.224
Ripartito tra:			
A. RISORSE UMANE	2.414.138	2.700.490	2.939.659
Costo del personale dipendente:			
- diretto	1.879.278	2.182.269	2.318.367
- indiretto	422.944	427.953	495.896
Costo del personale non dipendente	111.916	90.268	125.396
B. SISTEMA ENTI / ISTITUZIONI (AMMINISTRAZIONE CENTRALE E PERIFERICHE)	510.057	686.629	989.439
Imposte e tasse indirette e patrimoniali	280.092	289.893	473.812
Imposte sul reddito dell'esercizio	229.965	396.736	515.627
di cui:			
- Amministrazione centrale	358.057	499.629	734.786
- Autonomie locali	152.000	187.000	254.653
C. COMUNITA' LOCALE	38.504	33.341	19.449
Elargizioni e liberalità	38.504	33.341	19.449
D. PROMOZIONE DELLA COOPERAZIONE	8.524	31.716	48.669
Fondo mutualistico per lo sviluppo della cooperazione	8.524	31.716	48.669
E. PATRIMONIO PER LO SVILUPPO LOCALE	1.361.881	1.377.447	1.972.008
Riserve non distribuite e variazione del Fondo Rischi bancari generali	938.541	1.025.492	1.573.622
Ammortamenti	423.340	351.955	398.386
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	4.333.104	4.829.623	5.969.224

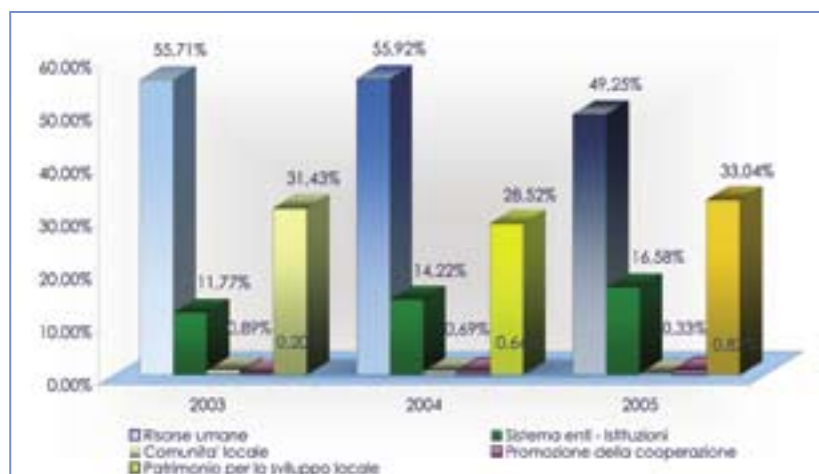
I dati dell'esercizio 2005 evidenziano che:

- il 49,25% del valore aggiunto è attribuito al **personale dipendente** (salari e stipendi 1.991 mila euro, oneri sociali 496 mila euro, TFR 76 mila euro, Fondo di previdenza di categoria 118 mila euro ed altre spese 133 mila euro, in quest'ultima voce sono compresi buoni pasto, cassa mutua, rimborsi spese e assicurazioni) e **non dipendente** (compensi ad Amministratori e Sindaci per 83 mila euro, a lavoratori interinali per 37 mila euro ed a tirocinanti per formazione lavoro 5 mila euro);

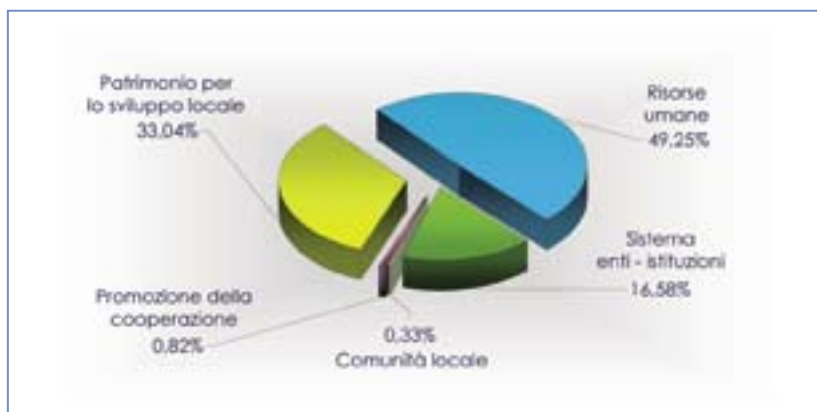
- il 33,04% (1.972 mila euro) è di pertinenza del **patrimonio per lo sviluppo locale**: si tratta di ammortamenti e accantonamenti a riserve che, nel migliorare il grado di patrimonializzazione della Banca, garantiscono un'autonomia societaria e gestionale e consentono di investire in progetti di miglioramento futuro;
- il 16,58% (989 mila euro) è attribuito al **sistema Enti e Istituzioni** sotto forma di imposte e tasse;
- lo 0,33% (19 mila euro) è assegnato alla **comunità locale** per finalità filantropiche sotto forma di liberalità esterne ed altre iniziative a scopo socio-culturale;
- lo 0,82% (49 mila euro) è attribuito al **sistema cooperativo** per la promozione dello stesso.

A chiusura dell'esercizio 2005 il Valore aggiunto globale lordo ha fatto registrare un incremento del 23,60% rispetto all'anno precedente per un totale di 5.969 mila euro.

Distribuzione del valore aggiunto



Distribuzione del valore aggiunto nel 2005





I bambini dei dipendenti ricevono un dono da Babbo Natale dopo aver allestito l'albero di Natale nella sede di San Marzano.

3. Relazione sociale

*La relazione sociale analizza i diversi aspetti dello "scambio" sociale tra la **BCC di San Marzano di S.G.** e il contesto in cui opera.*

In questo modo si fornisce una visione puntuale, completa e trasparente della complessa interdipendenza tra fattori economici e fattori sociali, comunitari e conseguenti alle scelte d'intervento dell'impresa, in coerenza sia con i valori dichiarati, sia con le aspettative legittime dei suoi stakeholder:

- Risorse Umane
- Azionisti/soci
- Clienti
- Fornitori
- Altre banche/istituzioni
- Stato/Autonomie locali
- Collettività (Persone, Ambiente, Media, Comunità virtuale)

3.1 BCC di San Marzano di S.G. e Risorse umane

3.1.1 Obiettivi



“Il Credito Cooperativo si impegna a favorire la crescita delle competenze e della professionalità degli amministratori, dirigenti, collaboratori e la crescita e la diffusione della cultura economica, sociale, civile nei soci e nelle comunità locali” (Art.8)

“I dipendenti del Credito Cooperativo si impegnano sul proprio onore a coltivare la propria capacità di relazione orientata al riconoscimento della singolarità della persona e a dedicare intelligenza, impegno qualificato, tempo alla formazione permanente e spirito cooperativo al raggiungimento degli obiettivi economici e sociali della banca per la quale lavorano” (Art.11)

La BCC di San Marzano punta da sempre sulle risorse umane per realizzare gli obiettivi aziendali, attraverso

- il raggiungimento di elevati standard di efficienza e di specializzazione delle competenze
- il miglioramento continuo della preparazione professionale

3.1.2 Politica delle assunzioni

La politica delle assunzioni è attenta a reperire dal mercato del lavoro professionalità in grado di accrescere il patrimonio di competenze complessive e di supportare i piani di sviluppo aziendali. I criteri di selezione dei nuovi assunti del 2005 hanno privilegiato: l'età (under 30); titolo di studio; appartenenza al territorio di operatività; eventuali precedenti positive esperienze lavorative in Banca (come interinali / contratti a tempo determinato); oltre alle attitudini professionali. Questa ricerca esterna non prescinde dal considerare le legittime aspirazioni di crescita professionale del personale già in organico.

Nel 2005 sono stati assunti 6 impiegati per potenziare l'organico delle filiali di nuova apertura e degli uffici centrali, cui si sono aggiunti 3 contratti di Lavoro a Progetto.

Assunzioni			
	2003	2004	2005
Numero Curricula	140	326	443
Numero Assunzioni	7	7	6

Tipologia dei contratti di assunzione			
	2003	2004	2005
Numero Contratti di formazione lavoro	3	2	1
Numero Contratti a tempo determinato	4	5	3
Numero Contratti a tempo indeterminato			2
Totale	7	7	6

3.1.3 Composizione del personale

Il personale dipendente in servizio alla data del 31 dicembre 2005 è pari a 53 unità (3 unità in più rispetto all'anno precedente).

L'età media del personale è di 38,09 anni (37,32 nel 2004).

Lavoratori a progetto

Al personale dipendente si aggiungono 3 lavoratori a progetto al 31 dicembre 2005.

Lavoratori interinali

Nel 2005 sono stati sottoscritti 3 contratti (1 nel 2004) ex Legge n.196/97 (lavoro interinale) per soddisfare esigenze di carattere transitorio, legate prevalentemente al potenziamento del front-office nelle filiali. I lavoratori interinali hanno coperto nell'anno 2005 complessivamente 2.002 ore di lavoro.

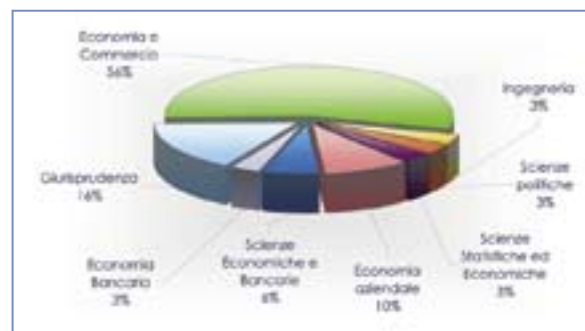
Suddivisione del personale per fascia d'età						
Fascia d'età	2003		2004		2005	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
< 30	3	2	5	3	3	3
30-35	9	8	8	6	8	5
36-40	9	2	13	3	12	6
41-45	4		3	1	6	1
46-50	3	1	3	1	4	1
50	4		4		4	
Totale (al 31 dicembre)	32	13	36	14	37	16

Il 56,60% (50% nel 2004) del totale del personale dipendente è laureato (prevalentemente in discipline economiche).

Titolo di studio del dipendente al
31 dicembre 2005



Disciplina di laurea



Anno 2005										
Titolo di studio	Dirigenti		Quadri direttivi		Impiegati		Commessi/ausiliari		Totali	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Laurea	1		6		13	10			20	10
Diploma di laurea					1				1	
Diploma			2	1	12	5	1		15	6
Licenza media					1				1	
Totale (al 31 dicembre)	1		8	1	27	15	1		37	16

La suddivisione del personale per inquadramento è la seguente:

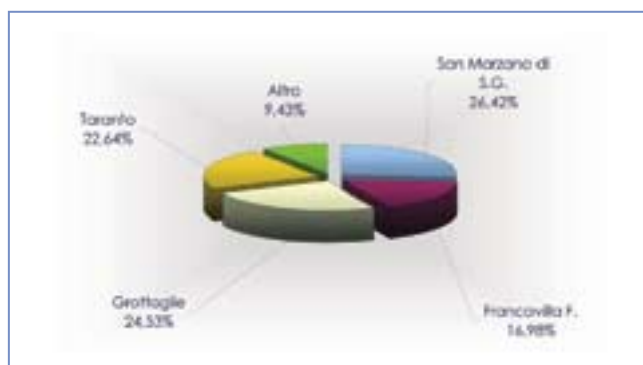
Suddivisione del personale per inquadramento				
Qualifica		2003	2004	2005
Dirigenti	Uomini	1	1	1
	Donne			
Quadri Direttivi	Uomini	8	7	8
	Donne	1	1	1
Impiegati	Uomini	22	26	27
	Donne	11	13	15
Commessi / Ausiliari	Uomini	2	2	1
	Donne			
Totale (al 31 dicembre)		45	50	53

La suddivisione per anzianità di servizio è la seguente:

Suddivisione del personale per anzianità di servizio									
Periodo di servizio	Dirigenti		Quadri direttivi		Impiegati		Commessi/ausiliari		Totale
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	
< 5 anni			5		17	8	1		31
6-10 anni	1		3		6	4			14
11-15 anni					4	1			5
16-20 anni					1				1
20-25 anni				1	1				2
Totale (al 31 dicembre)	1		8	1	29	13	1		53

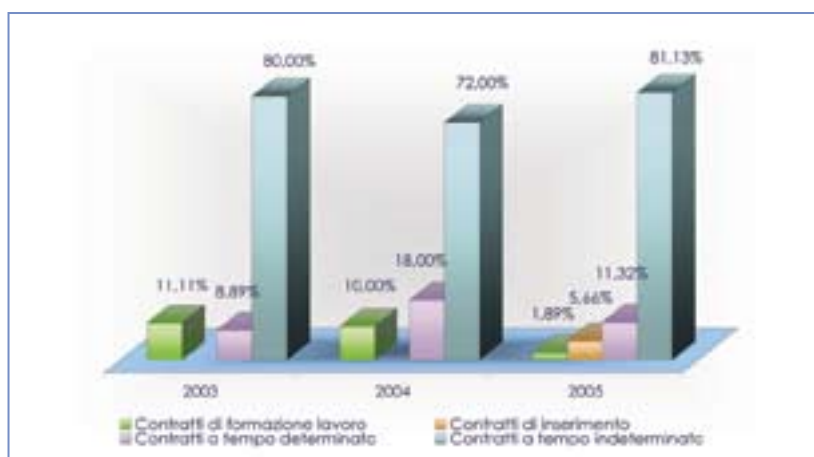
Come si evince dal grafico, il personale è espressione del territorio di competenza, infatti risiede esclusivamente nelle province di Taranto e Brindisi.

Comuni di residenza dei dipendenti nel 2005



La suddivisione per tipologia di contratto mostra una prevalenza di rapporti a tempo indeterminato.

Confronto segmentazione dipendenti anni 2003 - 2005



3.1.4 Turnover

Al 31 dicembre 2005 il numero dei dipendenti è pari a 53 unità, 3 in più rispetto all'anno precedente. In particolare, a fronte di 6 persone assunte nel 2005, si registra l'uscita di 3 persone, per scadenza del contratto di lavoro a tempo determinato.

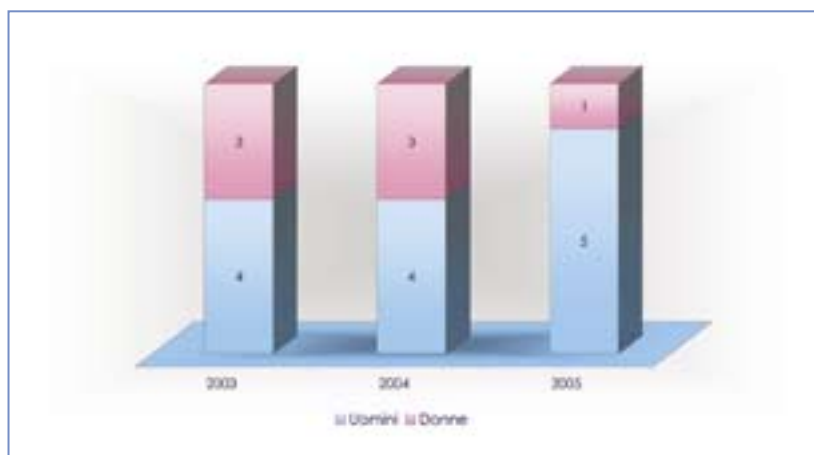
3.1.5 Politiche di pari opportunità

Nel 2005 la percentuale di presenza femminile è aumentata, passando al 30,18% dal 28,00% del 2004.

Nel 2005 il 30,75% delle assunzioni ha interessato le donne.

La percentuale delle donne in posizione apicale (quadro / dirigente) è pari al 11,11% (14% nel 2004).

Assunzioni



3.1.6 Comunicazione interna

La comunicazione interna riveste una particolare importanza in quanto fattore determinante per coinvolgere i dipendenti e consolidare il loro spirito di appartenenza e di partecipazione all'attività aziendale.

Gli strumenti virtuali di comunicazione si sono ormai attestati come strumento essenziale per trasferire informazioni con la massima tempestività all'interno e all'esterno della Banca.

Nel 2005 la maggior parte della comunicazione interna è transitata attraverso i canali telematici "intranet" e della posta elettronica, il personale viene informato in tempo reale in merito alle circolari operative, agli ordini di servizio e alle informazioni riguardanti la vita aziendale.

Specifico momento di dialogo e di confronto sono le riunioni periodiche tra preposti di filiale e Direzione Generale, riguardanti soprattutto le seguenti tematiche: lancio di nuovi prodotti e servizi, andamento dei mercati, monitoraggio dei dati operativi, strategie di customer satisfaction.

Inoltre il personale dipendente si impegna alla redazione del periodico aziendale "Sportello Aperto", positiva espressione del generale coinvolgimento verso la comunicazione.

3.1.7 Relazioni sindacali

Il rapporto lavorativo con i dipendenti della Banca è regolato dal Contratto Collettivo Nazionale delle Banche di Credito Cooperativo, il cui rinnovo è stato siglato il 27 settembre 2005 e aggiornato anche nella parte economica.

Presso la BCC di San Marzano di S.G. il tasso di sindacalizzazione nel 2005 si è attestato al 45,28% (contro il 42% del 2004), al di sotto dei livelli medi di settore in ambito locale.

3.1.8 Conflittualità sindacale

Nel 2005 non si è registrata alcuna giornata di assenza per sciopero, mentre i permessi sindacali sono stati concessi per garantire la partecipazione del rappresentante sindacale aziendale al Consiglio Direttivo Regionale.

Ore di assenza per motivi sindacali			
	2003	2004	2005
Sciopero	11		
Permessi sindacali	21	12,5	13
Totale (al 31 dicembre)	32	12,5	13

3.1.9 Formazione

La formazione riveste particolare importanza all'interno della Banca, al fine di garantire la crescita professionale dei dipendenti e facilitare la loro capacità di adattamento ad un mercato in continua evoluzione.

La Banca, nell'anno 2005, ha realizzato complessivamente 392 ore di formazione in aula (rivolte a quadri e impiegati) previste dal programma formativo pianificato in accordo con la Federazione delle BCC di Puglia e Basilicata.

Ore di formazione per qualifica professionale				
Qualifica		2003	2004	2005
Dirigenti	Numero partecipazioni			
	Numero ore			
Quadri Direttivi	Numero partecipazioni	11	5	6
	Numero ore	104	56	144
Impiegati	Numero partecipazioni	18	16	13
	Numero ore	528	272	248
Totale (al 31 dicembre)	Numero partecipazioni	29	21	19
	Numero ore	632	328	392

Nel 2005 sono stati organizzati prevalentemente corsi specialistici. Oltre alla formazione in aula, altre modalità formative sono state l'autoformazione, l'apprendimento attraverso l'esperienza e l'affiancamento con personale esperto.

Attività formativa

Nel 2005 sono proseguiti i corsi sulla gestione del rischio di credito e per operatori di filiale per un totale di 1.402 ore, organizzati presso la sede centrale e rivolti agli addetti fidi centrali e di filiale e agli operatori di sportello.

Tipologia di formazione (in ore)			
	2003	2004	2005
Base	72	56	
Manageriale	48	24	112
Specialistica	512	248	280
Totale (al 31 dicembre)	632	328	392

3.1.10 Valorizzazione

La BCC di San Marzano di S.G. adotta politiche di incentivazione e di valorizzazione del personale che si ispirano al criterio del coinvolgimento e della centralità della persona.

Anche nel 2005, gli aspetti che sono stati presi in considerazione nelle decisioni riguardanti gli avanzamenti di carriera e le incentivazioni al personale sono stati, essenzialmente, il miglioramento della professionalità, della capacità di operare in team, della sensibilità commerciale, dell'orientamento al cliente, della responsabilità.

Gli avanzamenti di carriera hanno riguardato nel 2005 complessivamente 6 persone (7 nel 2004).

Inquadramento di provenienza	Nuovo inquadramento 2005				
	Impiegato 2° area prof. 1° livello retrib.	Impiegato 3° area prof. 1° livello retrib.	Impiegato 3° area prof. 2° livello retrib.	Impiegato 3° area prof. 3° livello retrib.	Impiegato 3° area prof. 4° livello retrib.
Ausiliario	1				
Impiegato 2° area prof. 2° livello retrib.		2			
Impiegato 2° area prof. 1° livello retrib.			1		
Impiegato 3° area prof. 2° livello retrib.				1	
Impiegato 3° area prof. 3° livello retrib.					1

3.1.11 Sistemi di remunerazione e lavoro straordinario

Accanto alla retribuzione prevista dal CCNL, l'Azienda ha perfezionato, nel corso degli anni, un sistema di incentivazione del personale di filiale, basato su tre distinte aree di obiettivi a budget:

- la prima è rappresentata dall'Area Banca, il cui obiettivo è l'utile di Filiale;
- la seconda dall'Area Volumi e Commerciale, il cui obiettivo è la Raccolta Diretta e Indiretta, i Servizi offerti per il tramite di Società terze e le Carte di Credito;
- la terza dall'Area Qualità del Credito, il cui obiettivo è il miglioramento di alcuni indici estrapolati dal Sistema Informativo Direzionale (SID2000).

Il premio economico, calcolato in base ai risultati conseguiti nelle summenzionate aree, viene ripartito, in funzione delle indicazioni fornite dei preposti, tra i dipendenti di ogni singola filiale, in relazione al loro impegno.

Inoltre, tutti i dipendenti beneficiano dei ticket pasto e di condizioni bancarie agevolate.

Retribuzione del personale (in migliaia di euro)			
Spese per il personale	2003	2004	2005
Salari e stipendi	1.613	1.899	1.991
Oneri sociali	423	428	496
Trattamento di fine rapporto	62	65	76
Trattamento di quiescenza e simili	97	103	118
Altre spese per il personale	107	115	133
Totale (al 31 dicembre)	2.302	2.610	2.814

Nel 2005 l'utilizzo di lavoro straordinario è aumentato del 15,82% rispetto all'anno precedente. L'incremento è stato dovuto al maggior impegno profuso dai dipendenti per raggiungere gli obiettivi prefissati.

Lavoro straordinario per qualifica professionale (dati in ore)				
Qualifica		2003	2004	2005
Impiegati	Uomini	277	252	412
	Donne	169	116	183
Commessi / Ausiliari	Uomini	67	37,5	
	Donne			
Totale		513	405,5	595

3.1.12 Sicurezza e salute sul luogo di lavoro

Nel 2005 sono stati effettuati diversi interventi per migliorare gli ambienti di lavoro, tra i quali si segnalano i seguenti:

- totale sostituzione dei vecchi monitor con più moderni e funzionali a cristalli liquidi;
- adeguamento delle postazioni di lavoro al D.Lg 626/94, mediante installazione di corpi illuminanti idonei, impianto elettrico a norma ed arredi conformi alle disposizioni di legge;
- adeguamento degli impianti di condizionamento per garantire il corretto ricambio d'aria;

Particolare interesse, inoltre, è stato rivolto alla salvaguardia dei collaboratori ed ovviamente dei clienti da possibili atti criminosi. A tal fine è continuato nel 2005 l'adeguamento degli impianti e delle strutture con i più moderni strumenti antirapina.

Alcune casse delle Filiali sono state dotate di una cassaforte temporizzata in grado di effettuare in automatico le operazioni di prelievo e versamento, evitando l'inconveniente del contante detenuto dal cassiere e pertanto più facilmente esposto a eventuali rapine.

La Banca a settembre 2005 ha subito una tentata rapina, conclusasi, senza alcuna conseguenza materiale e fisica, con l'arresto dei malviventi, grazie alla prontezza dei dipendenti e delle Forze dell'Ordine locali.

Nel 2005 non si è verificata alcuna assenza del personale dipendente per infortunio sul posto di lavoro.

3.1.13 Aggregazione del personale

Nel 2005 la Banca ha dato vita a diverse iniziative tese a creare uno spirito di aggregazione del personale, alcune delle quali sono state direttamente sollecitate dagli stessi dipendenti.

Tra le principali iniziative, quelle svolte nel corso del mese di dicembre, hanno dato i migliori risultati in termini di partecipazione. Esse sono state: l'Albero di Natale in Banca preparato dai bambini figli dei dipendenti; il Precetto natalizio; e la cena di fine anno con le famiglie dei dipendenti. In questo contesto è stata potenziata l'attività della comunicazione interna tra il personale con momenti di spunti riflessione e dibattito.



Allestimento dell'albero natalizio in Banca
ad opera dei bambini dei dipendenti



Albero natalizio in Banca



Precetto natalizio

3.1.14 Contenzioso e litigiosità

Anche nel 2005 non si sono registrati casi di contenzioso con il personale.

Il grafico che segue confronta il numero medio dei dipendenti nel corso dell'anno con il totale annuo dei giorni di assenza per malattia ed i giorni anno di assenza per dipendente.

Numero di giorni di assenza per malattia del personale dipendente



Premiazione Socio anziano, premio consegnato al figlio



Fiori a soci nati nell'anno di Fondazione della Banca

3.2 BCC di San Marzano di S.G. e Azionisti / Soci

3.2.1 Obiettivi



Il Credito Cooperativo investe sul capitale umano - costituito dai soci, dai clienti e dai collaboratori- per valorizzarlo stabilmente (art.1)

L'impegno del Credito Cooperativo si concentra, in particolare, nel soddisfare i bisogni finanziari dei soci e dei clienti, ricercando il miglioramento continuo della qualità e della convenienza dei prodotti e dei servizi offerti (art.2)

I soci del Credito Cooperativo si impegnano sul proprio onore a contribuire allo sviluppo della banca lavorando intensamente con essa, promuovendone lo spirito e l'adesione presso la comunità locale e dando chiaro esempio di controllo democratico, eguaglianza di diritti, equità e solidarietà tra i componenti la base sociale.... (art.9)

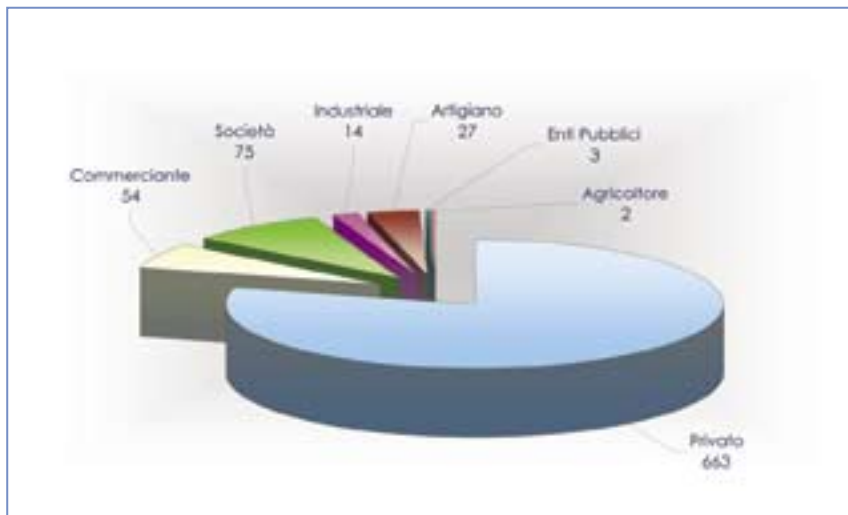
I soci sono il primo patrimonio della BCC di San Marzano di S.G.. Essi sono contemporaneamente:

- i proprietari dell'azienda (e come tali ne stabiliscono l'indirizzo strategico);
- gli amministratori (e come tali sono responsabili della gestione);
- i primi clienti, dunque colonna dell'operatività (infatti una BCC opera per legge "prevalentemente" con i soci per quanto riguarda l'erogazione del credito);
- i testimoni dell'azienda;

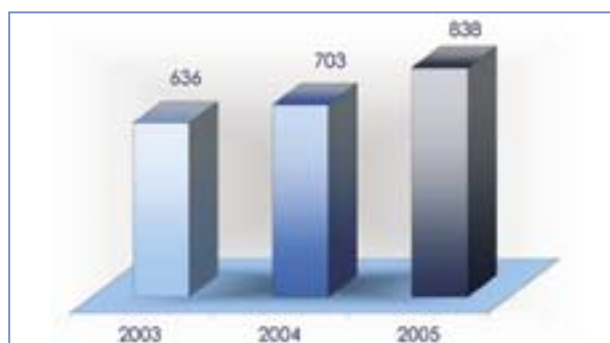
3.2.2 Segmentazione dei soci per categorie

I soci della BCC di San Marzano di S.G. sono espressione di diverse categorie professionali (agricoltori, artigiani, commercianti, professionisti, impiegati, operai, casalinghe, pensionati, imprese).

Numero soci per professione di appartenenza/natura giuridica



Evoluzione del numero di soci

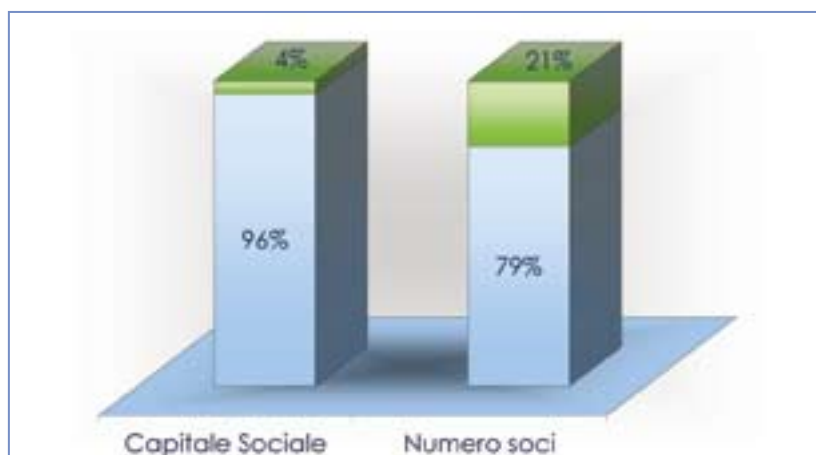


Nel 2005 il numero dei soci è cresciuto di 135 unità (+19,20%) rispetto all'anno precedente.

3.2.3 Composizione percentuale dei soci e del capitale sociale

La composizione percentuale dei soci e del capitale sociale non ha subito variazioni rispetto all'anno precedente. In termini assoluti sono entrati a far parte della compagine sociale 32 persone fisiche e 40 persone giuridiche, a testimonianza del profondo legame partecipativo che si è ormai instaurato tra il mondo imprenditoriale locale e la Banca.

Segmentazione dei soci e del capitale sociale per natura giuridica



I **soci - dipendenti della Banca** detengono complessivamente 654 azioni, pari al 4,58% del capitale sociale.

I **soci - amministratori della Banca** detengono complessivamente 772 azioni, pari al 5,41% del capitale sociale.

I soci sono prevalentemente residenti nei Comuni di operatività.

Numero soci per Comune di residenza



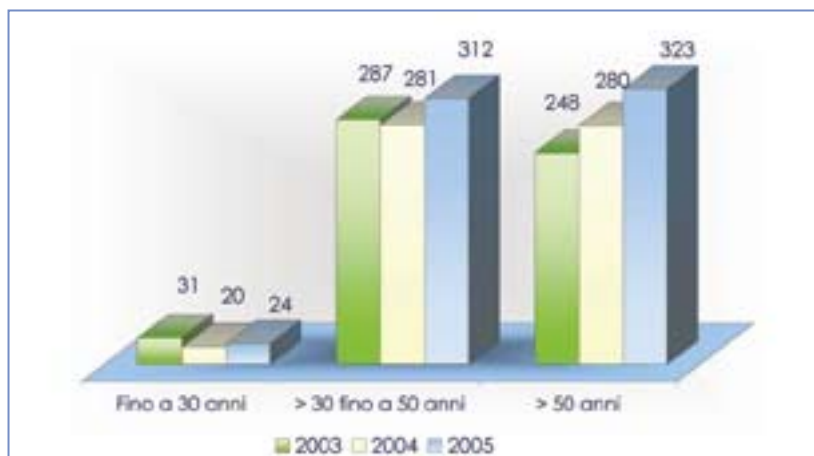
Gli altri Comuni di residenza in ordine di numerosità dei soci sono:

Roma, Monteiasi, Faggiano, Martina Franca, Villa Castelli, Bari, Ostuni, Torricella, Leporano, Maruggio, Talsano, Castellaneta, Lizzano, Montemesola, Pignola, San Vito dei Normanni, Ceglie Messapica, Avetrana, Bisceglie, Bologna, Genova, Lama, Lecce, Massafra, Monopoli, Montegiordano, Noci, Oria, Palagiano, San Donaci, San Vito, Statte, Torino.

Rispetto all'anno 2004 si registra un aumento del 14,54% dei soci di età superiore ai 50 anni,

un aumento del 14,29% dei soci aventi età non superiore ai 30 anni, ed un incremento del 8,35% dei soci di età compresa tra i 30 e i 50 anni.

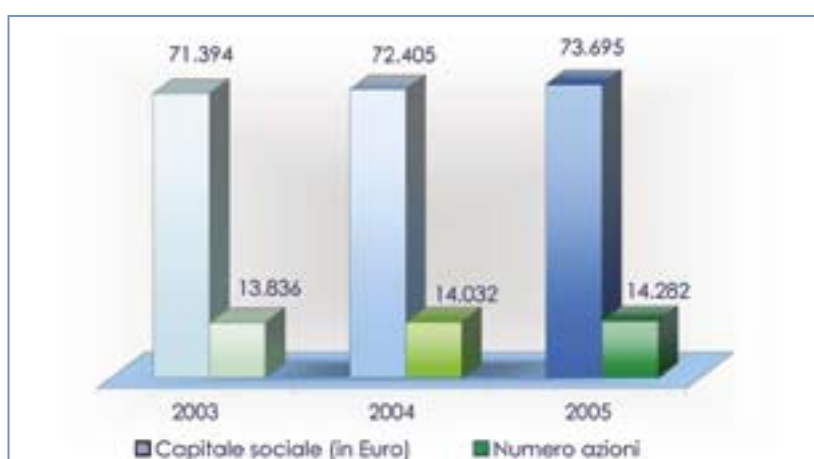
Numero soci (persone fisiche) per fasce d'età



3.2.4 Capitale sociale

Al 31 dicembre 2005, il capitale sociale ammonta a 73.695 euro. Le azioni sottoscritte sono in totale 14.282

Evoluzione del capitale sociale



Le politiche di incentivazione adottate negli ultimi anni hanno accresciuto il numero delle quote sottoscritte da ciascun socio ed hanno portato all'aumento del valore del capitale sociale.

La quota media detenuta da ciascun socio si riduce ulteriormente: 88,00 euro (contro 103,00 euro del 2004); a conferma del fatto che la partecipazione del socio alla cooperazione non ha motivazioni di carattere lucrativo, ma di ricerca di un vantaggio relazionale.

3.2.5 Partecipazione dei soci al governo dell'impresa e tutela delle minoranze

In assemblea, in base alla regola cooperativa del voto capitaro, i soci hanno lo stesso peso a prescindere dal numero delle azioni possedute. L'assemblea sociale dell' 8 maggio 2005 si è conclusa con deliberazioni adottate all'unanimità.



Negli ultimi anni il corpo sociale non ha mai annoverato al proprio interno minoranze organizzate per cui non v'è stata necessità di attivare strumenti atti ad assicurarne la tutela.



Assemblea soci approvazione Bilancio 2005

3.2.6 Servizi ed agevolazioni riservate ai soci

Di seguito sono evidenziati alcuni vantaggi assicurati ai soci nel 2005

Servizi e agevolazioni riservate ai soci	
Sostegno sociale	Nel 2005 sono stati assegnati premi per la ricorrenza delle nozze d'oro dei soci e premi di laurea per soci e figli dei soci.
Incentivazioni di carattere bancario 	<p>Erogazione del credito</p> <p>Nel 2005 32,94% del credito complessivo erogato dalla Banca ha riguardato i soci, con tassi agevolati in relazione alle varie forme tecniche.</p> <p>Altre condizioni vantaggiose</p> <p>Il Conto socio è uno specifico conto con condizioni di favore comprendente un pacchetto di agevolazioni. I soci possono contare su commissioni ridotte sul Dossier Titoli.</p>
Diffusione dell'informazione e promozione della partecipazione 	<p>Assemblea dei soci</p> <p>La Banca ha investito 12.240 euro per la realizzazione dell'assemblea. E' consuetudine che alla fine dell'Assemblea venga offerto un rinfresco ai soci intervenuti e consegnato un simbolico ricordo riservato agli stessi, consistente nel 2005 in un set di posate per barbecue.</p> <p>Segreteria Generale</p> <p>La Banca gestisce operativamente la compagine sociale per il tramite della Segreteria Generale, ufficio a cui ciascun socio può rivolgersi per ogni richiesta di informazione e chiarimento riguardanti la vita aziendale.</p>

3.2.7 Investor relations

All'interno del sito internet www.bccsanmarzano.it è presente "Area Soci", dove ogni socio può scaricare lo Statuto Sociale, il Bilancio, la Carta dei Valori e può ottenere altre informazioni utili.

Sito www.bccsanmarzano.it



3.2.8 Contenzioso e litigiosità

Non esistono casi di contenzioso e litigiosità da segnalare.



3.3 BCC di San Marzano di S.G. e Clienti

3.3.1 Obiettivi



Lo stile di servizio, la buona conoscenza del territorio, l'eccellenza nella relazione con i soci e clienti, l'approccio solidale, la cura della professionalità costituiscono lo stimolo costante per chi amministra le aziende di Credito Cooperativo e per chi vi presta la propria attività professionale....(art.2)

Il Credito Cooperativo favorisce la partecipazione degli operatori locali alla vita economica, privilegiando le famiglie e le piccole imprese; promuove l'accesso al credito, contribuisce alla parificazione delle opportunità....(art.4)

L'obiettivo della Banca nei confronti della clientela è sempre stato quello di garantire un servizio efficiente e di qualità, attraverso rapporti relazionali basati su **trasparenza, fiducia, disponibilità**.

Non a caso, i principali slogan che accompagnano le campagne della Banca sono i seguenti:

"Banca di Credito Cooperativo di S. Marzano: la banca che ti appartiene"

"Banca di Credito Cooperativo: differente per forza".

Nel 2005 è proseguita la politica di gestione del rapporto con il cliente privilegiando i seguenti aspetti:

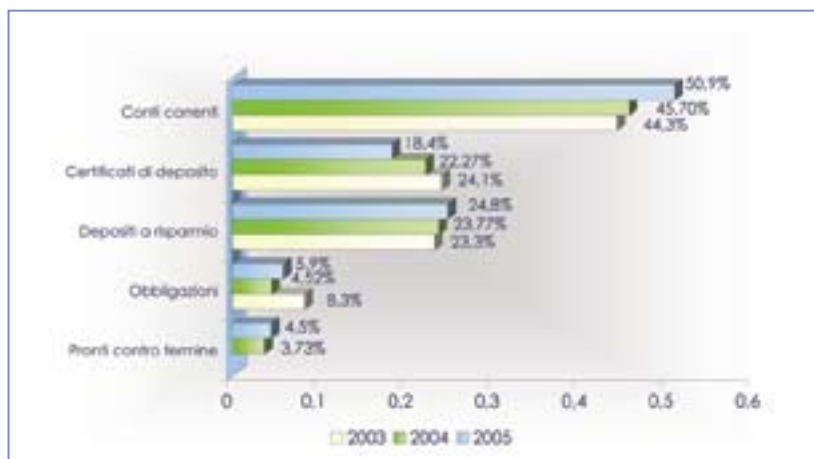
- diversificazione delle modalità di contatto con la clientela, affiancando ai canali tradizionali quelli più innovativi
- consolidamento ed utilizzo al meglio dei risultati dell'attività di segmentazione della clientela al fine di individuare le caratteristiche/ necessità della stessa

3.3.2 Caratteristiche ed analisi della clientela

Come la BCC di San Marzano di S.G. raccoglie denaro dai clienti

A conferma della consolidata fiducia che la potenziale clientela ripone nella Banca, anche il 2005 ha registrato una crescita in valore assoluto sia del numero dei clienti che del totale della raccolta.

Composizione percentuale dei depositi



Anche nel corso del 2005, la Banca ha cercato di proporre soluzioni per una diversificazione e una ricomposizione del risparmio, ricercando forme di investimento adeguate alle esigenze e alle propensioni al rischio di ogni cliente e ampliando la gamma di prodotti offerta.

Alle tradizionali forme di raccolta si sono affiancate altre forme di risparmio e investimento (risparmio gestito, fondi comuni di investimento, polizze vita), che la Banca ha potuto collocare in virtù di accordi commerciali siglati con primarie società esterne.

La tabella seguente riporta il totale dei prodotti per conto terzi collocati nel 2005.

Dati in migliaia di euro	2003	2005	2005	Variazioni %
Offerta alla clientela di prodotti assicurativi di terzi a contenuto finanziario	1.270	895	838	-6,37%
Offerta alla clientela di quote di Organismi di Investimento Collettivo del Risparmio	5.679	5.780	7.912	36,89%

Il prodotti collocati sono esposti al valore di sottoscrizione per le polizze assicurative ed al valore corrente per le gestioni patrimoniali e gli OICR.

Condizioni negoziali nei confronti della clientela

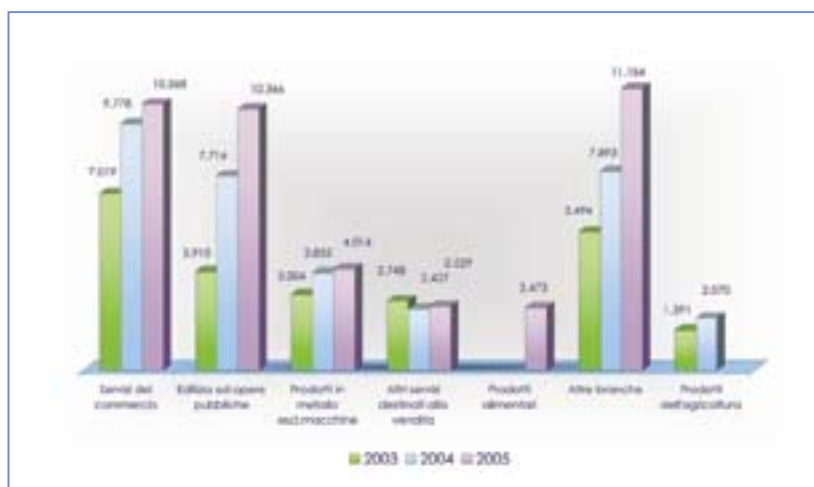
Le condizioni relative ai tassi d'interesse offerti sono in linea con la concorrenza, i numerosi servizi offerti, qualitativamente all'avanguardia, hanno un costo assolutamente concorrenziale. Tutte le condizioni, in ottemperanza alla legge sulla trasparenza, sono pubbliche e regolarmente affisse in ciascuna filiale.

Come la BCC di San Marzano di S.G. impiega il denaro per i clienti

Gli impieghi della Banca sono storicamente concentrati nel territorio di riferimento, secondo una logica tesa a favorire lo sviluppo dell'economia locale e a limitare il dirottamento del risparmio verso altre piazze più interessanti.

Anche nel 2005 i principali destinatari dei crediti erogati sono stati prevalentemente commercianti, artigiani, imprenditori piccoli e medi, famiglie.

Crediti verso imprese non finanziarie e famiglie (dati in migliaia di Euro)



Composizione percentuale degli impieghi



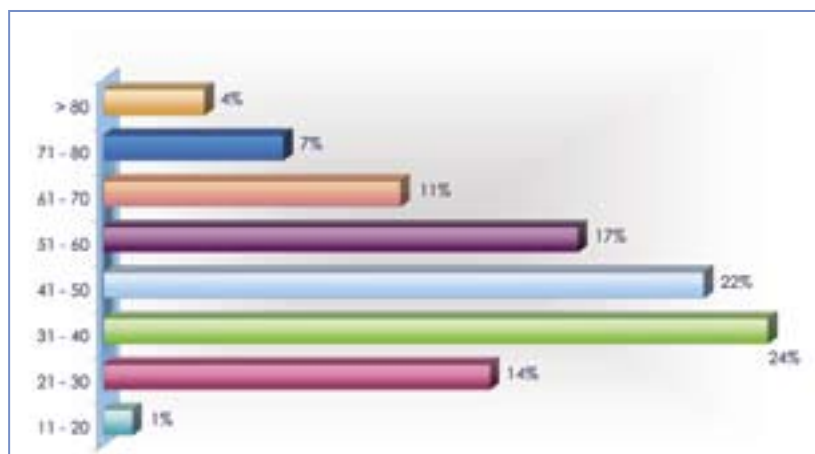
3.3.3 Marketing Development

Nel 2005 la politica di marketing development della Banca si è indirizzata verso i seguenti canali di sviluppo.

Marketing development	
Sviluppo prodotti esistenti	
	<p>Prodotti esistenti ("Conto Verde", "Conto Famiglia", "Conto Sprint") nel corso del 2005 sono stati ulteriormente sviluppati grazie a ulteriori accordi con le Associazioni di Categoria.</p>
Offerta di nuovi prodotti	
	<p>Grazie all'accordo tra ICCREA Holding e BCC nasce "Crediper" una linea di prodotti di credito al consumo che permette di individuare formule di credito al consumo idonee alle differenti situazioni economico-finanziarie della clientela</p>
	<p>"Conto Rossoblù", il conto corrente riservato agli abbonati alla squadra di calcio "Taranto Sport" che prevede, tra gli altri, telepass, carta di credito e bancomat gratuiti e condizioni agevolate.</p>
	<p>"Conto Itriafarma", il conto corrente riservato ai farmacisti che prevede, tra gli altri, carnet assegni, carta di credito, home banking e bancomat gratuiti e condizioni agevolate.</p>
<p>Conto panificatore</p> 	<p>"Conto Panificatori", il conto corrente, riservato ai Panificatori e alle Panetterie, prevede, operazioni, carnet assegni, telepass, carta di credito (il primo anno), bancomat e home banking gratuiti e condizioni agevolate.</p>
	<p>"Mutuo Ad8", mutuo a condizioni agevolate per le famiglie che hanno deciso di impegnarsi per un'adozione internazionale.</p>

Inoltre è proseguita anche nel corso del 2005 la Campagna "Negozio Amico". Attraverso tale convenzione le attività commerciali locali aderenti offrono ai clienti della Banca sulla merce in vendita sconti dal 5% al 30% in base alla spesa effettuata.

Suddivisione della clientela per fasce d'età anno 2005



Sportello Aperto

Il 2005 ha visto consolidare il giornale della Banca, "**Sportello Aperto**", diventato sempre più punto di riferimento e contenitore delle iniziative della Banca. Nell'arco dell'anno è stata ampliata la filiazione, mantenendo inalterato il format inaugurale: con ampio spazio al territorio, ma anche approfondimenti di carattere nazionale ed internazionale. Particolarmente apprezzata dai Lettori, la rubrica della Posta, redatta in collaborazione con Archita Consulting. A credere nel progetto anche società-prodotto come Agos e Linea che promuovono i servizi sulla Testata.

Sportello Aperto, oltre ai collaboratori istituzionali, rappresentati dai dipendenti, ne ha trovati di nuovi che, nello spirito dell'iniziativa, forniscono i propri contributi in maniera completamente gratuita.

Questi i numeri per il 2005:

- 4 numeri stampati (gennaio, marzo, giugno e novembre);
- 52 pagine;
- 30.000 copie distribuite;
- 156.000 pagine stampate;
- 87 articoli;
- 12 collaboratori.



N° di gennaio 2005



N° di marzo 2005



N° di maggio 2005



N° di novembre 2005

3.3.4 Prodotti di finanza etica

La scelta operata dalla Banca di adottare un modello di gestione aziendale socialmente responsabile ha permesso il consolidarsi di un'attenzione sempre crescente sui temi dell'etica e dello sviluppo sostenibile.

Nel 2005 la Banca ha continuato a proporre alla propria clientela prodotti di finanza etica, tra cui "Aureo WWF Pianeta Terra", cioè prodotti destinati a quei risparmiatori alla ricerca di un rendimento in linea con le performance proposte dalle principali borse mondiali, ma anche legato a particolari indicatori di carattere ambientale.



3.3.5 Sistema qualità e reclami

La Banca ha sempre gestito i rapporti con la clientela secondo principi di trasparenza, chiarezza e qualità, garantendo ai clienti che intendessero inoltrare reclami, il libero accesso ai seguenti organi:

- Ufficio Reclami, pronto ad accogliere le ragioni di insoddisfazione della clientela e a offrire opportune risposte, nell'anno 2005 l'Ufficio ha ricevuto 6 reclami da 4 clienti, di cui una richiesta di chiarimenti su condizioni applicate, un reclamo relativo al merito creditizio e quattro per anatocismo. A seguito della risposta della Banca, nessuno di questi è stato inoltrato all'Ombudsman bancario.
- Ombudsman bancario, organismo collegiale interbancario, pronto a risolvere le controversie che non trovano soddisfazione presso l'Ufficio Reclami della Banca. Anche nel 2005 l'Ombudsman bancario non ha ricevuto reclami da parte di clienti della BCC di San Marzano di S.G.

3.4 BCC di San Marzano di S.G. e Fornitori

3.4.1 Obiettivi



Il Credito Cooperativo è legato alla comunità locale che lo esprime da un'alleanza durevole per lo sviluppo... (art.7)

La B.C.C. S.Marzano cerca di assolvere al proprio ruolo di "banca del territorio", cercando di generare nel territorio di operatività una **positiva ricaduta in termini economici e sociali**.

A tal proposito la Banca:

- instaura con i fornitori rapporti privilegiando, a parità di condizioni, soggetti locali che garantiscano qualità, efficacia, efficienza ed economicità del bene/servizio richiesto;
- tende ad instaurare un rapporto di collaborazione duraturo con i propri fornitori, al fine di generare reciproche sinergie.



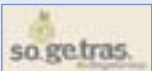
3.4.2 Qualificazione ed analisi dei fornitori

I fornitori della Banca appartengono storicamente al locale tessuto socio economico e sono artigiani, piccoli imprenditori e professionisti.

Come negli anni passati anche nel 2005, la Banca si è avvalsa di fornitori non locali per prodotti tecnologicamente avanzati e servizi ad alto valore aggiunto.

Outsourcing

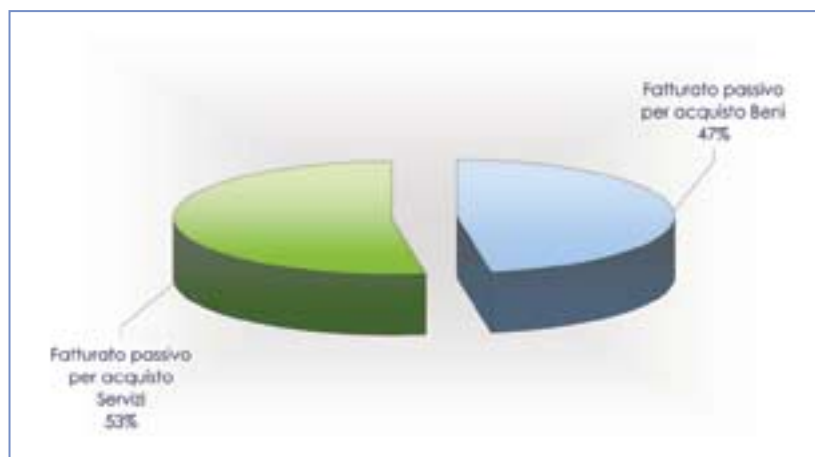
Anche nel 2005 risultano esternalizzati i seguenti servizi:

-  gestione del sistema informativo (Auriga Informatica S.r.l.);
-  gestione del contante (Istituto di Vigilanza Serenissima);
-  gestione trasporti della posta da e verso ICCREA (SOGETRAS S.p.A.);
- manutenzione di tutte le apparecchiature elettroniche ed hardware e degli impianti (climatizzazione, riscaldamento, allarme e sicurezza) installati presso le sedi della Banca.

3.4.3 Caratteristiche delle forniture

In considerazione del suo settore di operatività (quello bancario), il fatturato passivo globale della Banca è prevalentemente dovuto all'acquisto di servizi per il 58% contro il 48% del 2004.

Fatturato passivo 2005: ripartizione tra beni e servizi



Nel prospetto seguente sono riportate le principali categorie di beni e servizi che hanno costituito il fatturato passivo della Banca nel 2005.

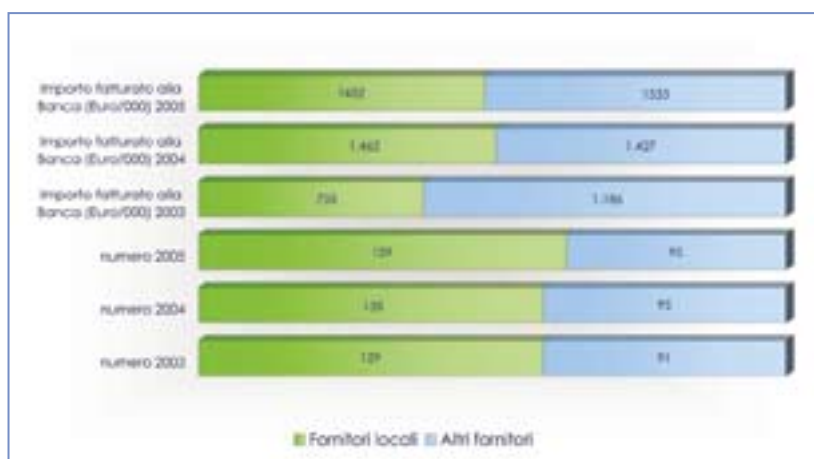
Servizi	
Compensi Collegio Sindacale	39.978
Consulenze	119.568
Consulenze legali	88.646
Corriere	15.133
Elaborazione dati programmi	562.347
Gestione rete Promotori	67.294
Lavoro interinale	27.840
Servizi bancari	164.927
Servizi di pulizia	71.307
Servizio Visure	94.173
Sicurezza sul lavoro	3.342
Spese per pubblicità	77.202
Spese varie	11.160
Sponsorizzazioni	3.000
Sviluppo organizzativo	57.660
Telecomunicazioni	42.528
Vigilanza Gestione contante	55.441
Studi notarili e Società di Revisione	71.191
Totale fatturato dai fornitori per servizi	1.572.736

Beni	
Acqua	724
Autovetture	8.602
Cancelleria	52.238
Energia elettrica	18.137
Impianti allarme e Sistemi di sicurezza	112.191
Impianti	49.538
Libri giornali e riviste	5.185
Macchine elettroniche	17.288
Modulistica e rassegna	142.015
Riscaldamento gas	178
Software	76.269
Spese per mobili e immobili	844.496
Spese varie	32.773
Telecomunicazioni	1.700
Ticket pasto	59.071
Materiali di pulizia	2.282
Totale fatturato dai fornitori per beni	1.422.687

3.4.4 Ricaduta sul territorio

Nel 2005 la Banca ha intrattenuto rapporti con 254 fornitori (di cui 159 locali), sostenendo costi per un totale di 2.995 mila euro di cui 1.462 mila euro pagati ad aziende appartenenti al territorio di operatività.

Ripartizione dei fornitori in base alla provenienza



I dati esposti nella tabella di seguito riportata, confrontati con gli stessi degli anni precedenti, evidenziano l'impegno della Banca verso i fornitori appartenenti al territorio di operatività.

Nel 2005, il 77,84% del fatturato passivo della Banca è pervenuto da fornitori appartenenti all'area geografica del Sud Italia, di questo il 74,63% è riconducibile alla Puglia e, in particolare, il 48,81% relativo a fornitori appartenenti al territorio di operatività della Banca.

Distribuzione degli acquisti per area geografica: anno 2005

	Fatturato	%	N.Fornitori
ITALIA	2.331.548	77,89%	189
Sud			
di cui Puglia	2.235.347	74,63%	184
di cui nel territorio di operatività	1.462.216	48,81%	158
Centro	181.730	6,07%	23
Nord	468.911	15,65%	38
TOTALE ITALIA	2.982.189	99,56%	250
ESTERO	13.234	0,44%	1
TOTALE	2.995.423	100,00%	251

Le seguenti tabelle riportano il numero ed il "valore" dei fornitori suddivisi in famiglie di attività per origine territoriale.

Primi 40 fornitori della Banca per tipologia di bene/servizio prestato e per distribuzione territoriale

Attività fornitore		Fatturato
FORNITORI LOCALI	Spese per mobili e immobili	209.031,88
	Spese per mobili e immobili	198.000,00
	Modulistica e rassegna	73.236,60
	Servizi di pulizia	71.306,72
	Spese per mobili e immobili	55.494,55
	Spese per mobili e immobili	55.080,00
	Vigilanza Gestione contante	39.420,81
	Consulenze	36.679,69
	Spese per mobili e immobili	33.116,96
	Spese per pubblicità	31.500,00
	Gestione rete Promotori	29.676,46
	Spese per mobili e immobili	28.448,28
	Gestione rete Promotori	27.671,04
	Software	27.552,28
	Servizio Visure	22.930,10
	Spese per mobili e immobili	21.248,40
	Spese per pubblicità	20.847,10
	Studi notarili e Società di Revisione	20.280,02
	Consulenze	19.072,85
	Spese per mobili e immobili	18.980,00
Consulenze legali	18.623,33	
Spese per mobili e immobili	17.400,00	
Cancelleria	16.802,97	
	Totale fatturato in zona competenza	1.092.400,04
ALTRI FORNITORI	Elaborazione dati programmi	562.347,36
	Spese per mobili e immobili	90.811,21
	Impianti allarme e Sistemi di sicurezza	69.874,20
	Modulistica e rassegna	64.736,13
	Servizi bancari	61.617,54
	Servizi bancari	60.853,06
	Ticket pasto	59.070,65
	Servizio Visure	54.308,94
	Telecomunicazioni	42.183,40
	Sviluppo organizzativo	37.500,00
	Studi notarili e Società di Revisione	34.227,60
	Lavoro interinale	27.839,61
	Servizi bancari	24.485,23
	Impianti allarme e Sistemi di sicurezza	22.108,73
	Sviluppo organizzativo	20.160,00
Software	18.882,76	
Energia elettrica	18.137,19	
	Totale fatturato in zona competenza	1.269.143,61
TOTALE GENERALE		2.361.543,65

Fatturato (in Euro) dei fornitori in base al tipo di bene/servizio fornito e alla provenienza		
Bene/servizio fornito	fornitori locali	altri fornitori
Acqua		724
Autovetture	7.647	955
Cancelleria	35.687	18.105
Compensi Collegio Sindacale	39.978	
Consulenze	78.180	41.388
Consulenze legali	79.388	9.258
Corriere	564	14.569
Elaborazione dati programmi		562.347
Energia elettrica		18.137
Gestione rete Promotori	67.294	
Impianti allarme e Sistemi di sicurezza		112.191
Impianti	31.099	18.439
Lavoro interinale		27.840
Libri giornali e riviste	1.645	3.540
Macchine elettroniche	5.764	11.524
Modulistica e rassegna	77.279	64.736
Servizi bancari		164.927
Servizi di pulizia	73.588	
Servizio Visure	37.941	56.232
Sicurezza sul lavoro	3.342	
Società di revisione		34.228
Software	27.552	48.717
Spese per mobili e immobili	719.535	123.408
Spese per pubblicità	66.892	10.310
Spese varie	19.862	24.070
Sponsorizzazioni	3.000	
Studi notarili	36.963	
Sviluppo organizzativo		57.660
Telecomunicazioni		44.228
Ticket pasto		59.071
Vigilanza Gestione contante	48.964	6.427
Riscaldamento gas		178
Totale complessivo	1.462.166	1.533.208

3.4.5 Condizioni negoziali e comunicazione

Nel corso del 2005 l'Ufficio Tecnico ha continuato la propria attività di revisione dei contratti di fornitura al fine di perseguire l'obiettivo della riduzione dei costi di struttura. A tal fine è stata consolidata la politica di dismissione delle fotocopiatrici e stampanti di proprietà ricorrendo a contratti di noleggio.

La funzione di tale Ufficio è stata quella di canale privilegiato per lo scambio di informazioni, ordini, preventivi con i fornitori.

3.4.6 Sistemi di qualità e certificazione di qualità o ambientale

Le certificazioni sono requisito preferenziale per avviare un rapporto di collaborazione con la Banca. Infatti i maggiori fornitori, prevalentemente quelli che offrono beni e servizi ad alto valore aggiunto, sono dotati di certificazioni di qualità, gli altri, soprattutto quelli localizzati nella zona di competenza della Banca, evidenziano una scarsa attenzione alla problematica, come si evince dalla seguente tabella.

Tipologia Certificazioni	Fornitori in zona di competenza	Fornitori non in zona di competenza	Totale
N. totale fornitori	159	95	254
BS7799 *		1	1
ISO14001 **		1	1
ISO27001 *		1	1
ISO9001 ***	5	11	16
ISO9002 ***	1	1	2
ISO9100 ***		1	1
	6	16	22
Incidenza % fornitori certificati sul totale	3,77%	16,84%	8,66%

* Certificazione sul sistema di gestione per la sicurezza delle informazioni

** Certificazione ambientale

*** Certificazione sulla qualità

L'incidenza dei fornitori certificati nella zona di competenza è del 3,77%, contro un'incidenza fuori dalla zona di competenza del 16,84%.

3.4.7 Contenzioso e litigiosità

Nel corso del 2005 non si sono verificati casi di contenzioso con fornitori.



1960 Sede della Banca d'Italia di Taranto vista da Piazza Ebalia

3.5 BCC di San Marzano di S.G. e altre banche/istituzioni

3.5.1 Obiettivi



Lo stile Cooperativo è il segreto del successo. L'unione delle forze, il lavoro di gruppo, la condivisione leale dei nostri obiettivi sono il futuro della cooperazione di Credito. La cooperazione tra le Banche cooperative attraverso le strutture locali, regionali, nazionali e internazionali è condizione per conservarne l'autonomia e migliorarne il servizio a soci e clienti(art.5)

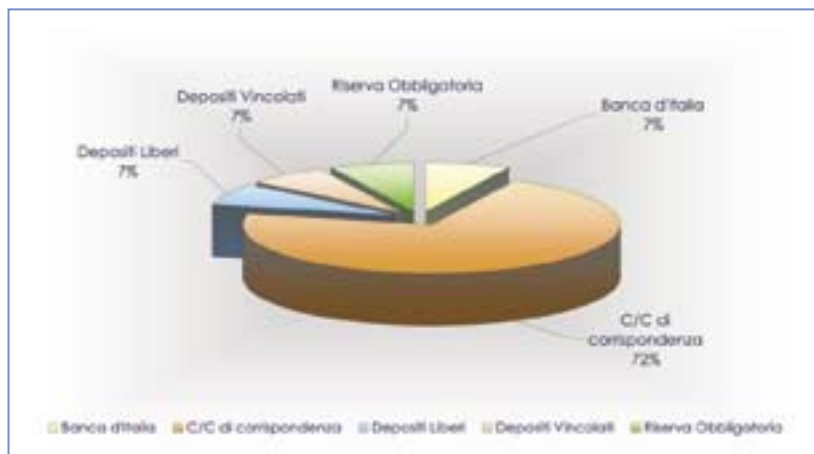
Al fine di raggiungere il duplice scopo di ottenere un'adeguata affidabilità finanziaria e di soddisfare nel miglior modo le esigenze della clientela, la BCC di San Marzano di S.G. collabora continuamente con la Comunità Finanziaria, distinta tra:

- Sistema del Credito Cooperativo
- Altre istituzioni

3.5.2 Rapporti con le altre banche

Nel corso del 2005 la Banca ha intrattenuto rapporti con 12 istituzioni creditizie nazionali, (di cui una con sede legale in Puglia).

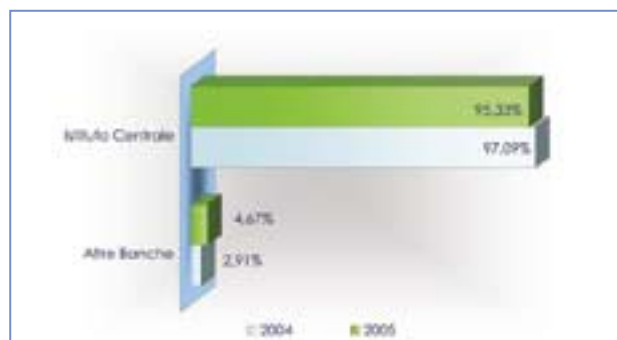
Ripartizione per tipologia (numero di rapporti)



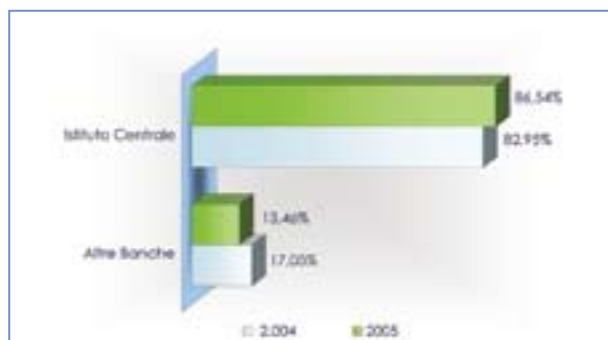
Il grafico seguente evidenzia una netta prevalenza del numero dei rapporti di c/c di corrispondenza sul totale dei rapporti.

Nell'ambito della tipologia "C/C di corrispondenza" il rapporto con l'Istituto Centrale delle Casse Rurali ed Artigiane (I.C.C.R.E.A.), su cui viene regolata l'intera attività svolta giornalmente dalla Banca, rappresenta nel 2005 il rapporto più consistente, sia per numero di operazioni che per valore delle stesse.

C/C di corrispondenza: numero operazioni



C/C di corrispondenza: valore operazioni



Per quanto concerne il comparto estero la Banca non ha rapporti diretti con Banche estere. L'operatività è svolta essenzialmente per il tramite dell'Istituto Centrale (I.C.C.R.E.A.).

3.5.3 Rapporti con le compagnie assicurative e con gli intermediari finanziari

Nel 2005 la Banca ha operato con le maggiori Compagnie Assicurative e Intermediari Finanziari nazionali ed esteri.

Nel 2005 i principali partner sono stati Assimoco ed Agrileasing che rappresentano rispettivamente, l'espressione del ramo assicurativo, e l'espressione del ramo leasing all'interno del Sistema del Credito Cooperativo, le cui politiche di investimento sono ritenute le più coerenti con quelle della Banca, offrendo tariffe, tra l'altro, tra le più convenienti sul mercato, in particolar modo verso i soci della BCC.

3.5.4 Rapporti con le Autorità di Vigilanza e Monetaria

Il 2005 è stato un anno importante soprattutto per i rapporti intrattenuti con gli istituzionali Enti di Vigilanza (Banca d'Italia, U.I.C., Consob). Infatti nel mese di giugno la Banca, per la prima volta, è stata oggetto di ispezione da parte dell'Ufficio Italiano dei Cambi. Tali accertamenti ispettivi sono stati rivolti a verificare l'osservanza delle disposizioni di cui alla Legge 5 Luglio 1991 n. 197 e successive modificazioni ed integrazioni, nonché l'attendibilità delle informazioni e dei dati concernenti la gestione valutaria e le operazioni con l'estero.

L'ispezione si è conclusa positivamente mettendo in evidenza l'importanza di un'attenta osservanza della normativa antiriciclaggio e di una corretta tenuta dell'archivio unico informatico.

Le osservazioni dell'UIC nel complesso hanno formato oggetto di riflessione per il Consiglio di Amministrazione, al fine di orientare la Banca verso una sempre maggiore efficienza nel rispetto di una sana e prudente gestione del credito.

3.5.5 Rapporti con le Associazioni di categoria

Come ogni anno anche nel corso del 2005 la BCC di San Marzano di S.G. ha consolidato le aree di collaborazione con la Federazione delle Banche di Credito Cooperativo di Puglia e Basilicata che, attraverso la Società CO.SE.BA. S.c.p.A., fornisce il servizio di internal auditing (controllo interno) e rappresenta, inoltre, il primo interlocutore nella formulazione di pareri e chiarimenti normativi in materia bancaria.

Le principali riunioni, cui la Banca ha preso parte nel 2005 presso la Federazione delle BCC di Puglia e Basilicata, hanno riguardato le seguenti tematiche:

- linee strategiche del movimento del credito cooperativo;
- iniziative formative per i dipendenti;
- problematiche di natura contabile/valutativa relative all'introduzione dei nuovi principi contabili internazionali (IAS/IFRS).

Quest'ultima tematica è stata oggetto di una collaborazione con il Fondo del Trentino e la Società Phoenix S.p.a, proprietaria del SIB2000, il software di gestione dell'attività bancaria, proprio per adeguare il software all'introduzione dei nuovi principi contabili internazionali e le relative problematiche gestionali.



Roma: sede ICCREA

Come ogni anno anche nel 2005 è proseguito il dialogo con l'Istituto Centrale delle Casse Rurali ed Artigiane (I.C.C.R.E.A.) che, anche attraverso altri enti del movimento, si occupa di aspetti non coperti dal rapporto con le Federazioni locali.

3.5.6 Norme interne e sistemi di controllo volti a garantire l'osservanza della legge

Di seguito sono riportate le principali attività svolte nel 2005 dagli organi di controllo interno della Banca, indicati nel capitolo sull'identità.

Tipologia di controllo	Caratteristiche
Controlli sulla gestione dei rischi (secondo livello)	L'attività dell'Ufficio Ispettorato Amministrativo ha riguardato i seguenti rischi aziendali: di posizione, di regolamento, di controparte, di concentrazione, di cambio, operativi. Sono stati effettuati, inoltre, controlli nell'ambito delle aree Finanza e Credito e presso le filiali. In seguito ai controlli si è intervenuti per porre rimedio ad alcune disfunzioni di carattere procedurale.
Internal Audit (controlli di terzo livello)	Nel 2005 il CO.SE.BA. ha effettuato presso la Banca controlli finalizzati: <ul style="list-style-type: none"> • all'analisi del processo Filiali. • all'analisi delle iniziative intraprese dalla BCC finalizzate al superamento delle criticità rilevate dall'Internal Auditing nel corso dei precedenti controlli; • all'individuazione di eventuali nuove criticità presenti nel processo. <p>Il CO.SE.BA., nelle sue conclusioni ha evidenziato la volontà della BCC di perseguire un percorso di continuo affinamento dei processi aziendali, apprezzando che molte indicazioni fornite dallo stesso CO.SE.BA. sono state tempestivamente recepite.</p> <p>Permangono, tuttavia, spazi di ulteriore miglioramento per quanto riguarda i controlli e l'organizzazione interna. Anomalie riconducibili ai picchi di operatività che rientrano nella norma dell'attività che, in considerazione delle risorse a disposizione, si ritiene possano essere facilmente superate.</p>

3.5.7 Comunicazione

Nei confronti della Comunità Finanziaria la Banca ha adottato forme di comunicazione idonee e trasparenti, offrendo la sua collaborazione a numerose associazioni di categoria (ASCOM, COTAFARTI, COFIDI, CONFAGRICOLTURA, CONFINDUSTRIA, CONFSCOOPERATIVE).

3.5.8 Contenzioso e litigiosità

Nessun caso di contenzioso e litigiosità da segnalare.

3.6 BCC di San Marzano di S.G. e Stato/Autonomie Locali

3.6.1 Obiettivi



Obiettivo del Credito Cooperativo è produrre utilità e vantaggi, è creare valore economico, sociale e culturale a beneficio dei soci e della comunità locale e "fabbricare fiducia" (art.2)

Il Credito Cooperativo non ha scopo di lucro. Il conseguimento di un equo risultato, e non la distribuzione del profitto, è la meta che guida la gestione del Credito Cooperativo. Il Credito Cooperativo continuerà a destinare l'utile al rafforzamento delle riserve in misura almeno pari a quella indicata dalla legge ed ad altre attività di utilità sociale condivise dai soci. Il patrimonio accumulato è un bene prezioso da preservare e da difendere nel rispetto dei fondatori e nell'interesse delle generazioni future (art.6).

E' obiettivo della BCC di San Marzano di S.G. far progredire il proprio rapporto con lo Stato e le Autonomie Locali, andando oltre il normale scambio burocratico - amministrativo - erariale.

In tal senso la Banca:

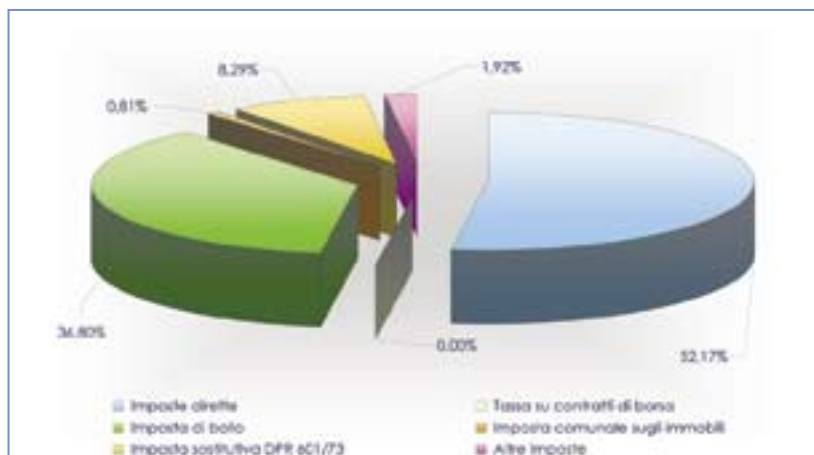
- ha collaborato con le organizzazioni del tessuto produttivo locale per favorire la diffusione di notizie utili allo sviluppo del territorio.
- ha potenziato i rapporti di collaborazione con la Pubblica Amministrazione e con altri enti (Scuole, Camera di Commercio, Assindustria)

3.6.2 Imposte, tributi e tasse

Nel 2005 sono state rilevate in bilancio imposte e tributi per un importo pari a 989 mila euro, oltre a 744 mila euro di ritenute versate in qualità di sostituti d'imposta, come riportato nella tabella seguente:

Effetto economico			
	2003	2004	2005
Imposte dirette	230.057	397.000	516.000
Tassa su contratti di borsa	3.000	3.000	
Imposta di bollo	209.000	222.000	364.000
Imposta comunale sugli immobili	9.000	8.000	8.000
Imposta sostitutiva DPR 601/73	51.000	47.000	82.000
Altre imposte	8.000	12.000	19.000
Totale	510.057	689.000	989.000

Imposte e tasse 2005 - Criterio economico

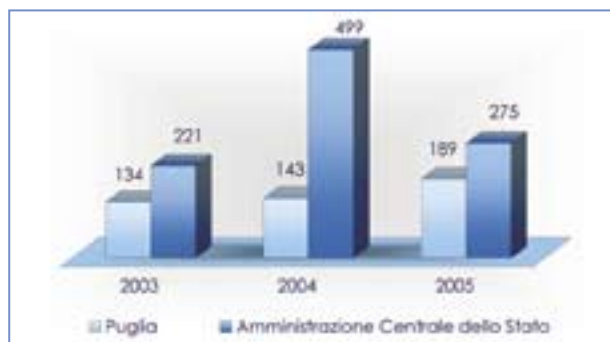


Nella tabella e nel grafico che seguono si evidenzia il beneficio economico apportato dalla Banca allo Stato, distinguendo tra Puglia ed Amministrazioni Centrali dello Stato (ovvero in base al soggetto che percepisce direttamente l'imposta).

Territorialità delle imposte 2005 Criterio economico



Territorialità delle imposte 2005 Criterio finanziario



3.6.3 Rapporti con Enti Locali e la Pubblica Amministrazione

Le attività più significative svolte dalla Banca nel 2005, nei confronti di Enti Locali e verso la Pubblica Amministrazione, sono state le seguenti:

- è stato svolto l'incarico di gestione della Tesoreria di due Comuni della provincia di Taranto, di cinque scuole (quattro istituti di istruzione secondaria superiore della provincia di Taranto e una scuola media superiore della provincia di Brindisi) e della Camera di Commercio di Taranto;
- è stato stipulato un protocollo d'intesa con la Confagricoltura di Taranto per offrire finanziamenti a tasso agevolato ai produttori, mutui agricoli e forme di leasing per il noleggio di macchinari;
- di concerto con il Comune di Pulsano e la Regione Puglia è stato stipulato un accordo volto al finanziamento di un consorzio di imprese per la realizzazione di un insediamento produttivo (v. box seguente).

Costituzione zona P.I.P.: di Pulsano

La BCC di San Marzano di S.G., nell'ambito del P.O.R. regionale, ha dato assistenza finanziaria alle aziende facenti parte del consorzio "Work to Built" di Pulsano, nato dall'iniziativa di piccole - medie imprese per la realizzazione di un insediamento produttivo nella zona industriale di Pulsano.

Grazie al contributo ed alla professionalità della Banca è stato possibile realizzare un'importante opera che ha visto la collaborazione sinergica di dodici imprese, del summenzionato Comune e della Regione Puglia che ha erogato i contributi in conto interesse e capitale

3.6.4 Contenzioso e litigiosità

Non si segnalano nel corso dell'anno 2005 casi di contenzioso con lo Stato, gli Enti Pubblici e la Magistratura, verso i quali i rapporti sono improntati alla massima collaborazione.



Vendemmia

3.7 BCC di San Marzano di S.G. e Collettività



Obiettivo del Credito Cooperativo è produrre utilità e vantaggi, è creare valore economico, sociale e culturale a beneficio dei soci e della comunità locale e "fabbricare fiducia" (art.2)

Il Credito Cooperativo è legato alla comunità locale che lo esprime da un'alleanza durevole per lo sviluppo. Attraverso la propria attività creditizia e mediante la destinazione annuale di una parte degli utili della gestione promuove il benessere della comunità locale, il suo sviluppo economico, sociale e culturale. Il Credito Cooperativo esplica un'attività imprenditoriale "a responsabilità sociale" non soltanto finanziaria, ed al servizio dell'economia civile.... (art.7)

Il Credito Cooperativo si impegna a favorire la crescita e la diffusione della cultura economica, sociale, civile nei soci e nelle comunità locali.... (art.8)

Sin dalla sua costituzione, la BCC di San Marzano di S.G. è impegnata a produrre utilità e vantaggi, creare valore economico, sociale e culturale sostenendo iniziative in grado di contribuire al miglioramento della qualità della vita e allo sviluppo del territorio e delle comunità locali.

In tal senso la Banca si pone i seguenti obiettivi:

- sostenere le organizzazioni che svolgono attività sociale e culturale sul territorio;
- minimizzare gli impatti ambientali diretti ed indiretti;
- organizzare iniziative di diffusione della cultura finanziaria;
- diffondere il virtual banking e le opportunità di contatto virtuale.

PERSONE

3.7.1 Apporti diretti al sociale per una migliore qualità della vita

Nel 2005 la BCC di San Marzano di S.G. ha sostenuto l'attività di scuole di ogni ordine e grado, parrocchie, organismi di volontariato, enti no profit impegnati in iniziative di sviluppo sociale e culturale sul territorio, associazioni sportive. Sono stati inoltre organizzati, in proprio o in collaborazione con altri soggetti, manifestazioni e convegni su tematiche diverse di interesse collettivo.

Interventi nel sociale			
	2003	2004	2005
Numero di interventi	43	47	35
Importo (in migliaia di euro)	39	33	20

SOLIDARIETA'

La Banca ha sempre sostenuto iniziative di carattere umanitario e sociale; i singoli interventi sono stati effettuati allo scopo di sensibilizzare la comunità ai bisogni degli altri, indipendentemente dal territorio di appartenenza.

Tra le iniziative sostenute nel 2005 si ricordano le seguenti:

Solidarietà



- Gara di solidarietà in collaborazione con la Caritas per la raccolta di fondi in favore delle popolazioni asiatiche colpite dal maremoto e per il sostegno dei bambini orfani sopravvissuti.



- Sostegno al progetto di sensibilizzazione, lanciato nelle scuole dall'Associazione Amici di Manaus, per l'adozione a distanza di bambini della città brasiliana.



- La Banca di credito cooperativo e il Rotary Club insieme per il Ciad, un contributo per sostenere chi ha bisogno indipendentemente dalla sua collocazione geografica e territoriale.



- Sostegno all'iniziativa promossa dall'Associazione tarantina "Un Cuore tra Due Mari" in occasione del Natale 2005, con la donazione di una Playstation 2, ai bambini ricoverati presso il reparto Ematologia dell'Ospedale Nord di Taranto.

CULTURA E TERRITORIO

Sono di seguito riportati i principali convegni e seminari organizzati nel 2005 con il sostegno della BCC di San Marzano di S.G.. Alcuni di essi si sono svolti presso l'auditorium della stessa Banca.

Convegni e seminari



- “BCC – Directa: il trading a portata di mouse”: convegno – corso nazionale sulle nuove tecnologie del mercato on line, organizzato in collaborazione con Directa, società leader internazionale del trading.
- “Collaborazione tra sport e impresa per la crescita culturale ed economica del territorio”: convegno promosso in collaborazione con associazioni sportive e patrocinato dai comuni di San Giorgio e Faggiano e dalla Provincia di Taranto.
- “Primo Soccorso a Scuola”: convegno promosso in collaborazione con l'amministrazione comunale di San Marzano di S. Giuseppe per illustrare la proposta di legge di introduzione del primo soccorso nelle scuole secondarie di primo e secondo grado.
- “La via dell'olio di qualità: incrocio tra nuova normativa e mercati”: convegno in occasione della festa dell'olio nel quale la Banca rende noto di aver destinato quattro milioni di euro al comparto agricolo e siglato accordi con i produttori in forma associata per il ricorso al credito agevolato.
- Seminario organizzato dalla Banca e dall'Amministrazione di San Marzano per incentivare lo sviluppo di industria, servizi e commercio presentando le principali novità contenute nella legge 488/92 che prevede agevolazioni in favore di imprese che intendono promuovere programmi di investimento nei settori industria, turismo e commercio.
- Seminario “Il bilancio di Previsione degli Enti Locali alla luce della Finanziaria 2005”: Provincia e Regione sollecitate affinché siano forniti maggiori servizi e create le infrastrutture necessarie a sostegno del territorio.

Musica, arte, cultura e costume



- Sponsorizzazione della nona edizione della manifestazione culturale "Ulivo d'oro" in occasione della quale viene consegnato il premio all'attore Lino Banfi in qualità di ambasciatore dell'UNICEF.
- "S. Francesco de Geronimo e i processi di evangelizzazione del mezzogiorno moderno", Convegno organizzato dalla Società di Storia patria per la Puglia, in collaborazione con l'Università degli Studi di Lecce Cattedra di Storia Moderna, patrocinato dalla Provincia di Taranto dal Comune di Grottaglie e dalla BCC di San Marzano.
- Convegno degli Studi della Magna Grecia: la Banca ed altri enti mettono a disposizione 45 borse di studio per questo appuntamento che rappresenta la massima espressione della cultura magnogreca.
- Sponsorizzazione della tournée dello spettacolo: "Dalla Televisione ... in teatro il Mudù" di Uccio De Santis.
- Patrocinio della Banca insieme al comune di San Marzano ed alla provincia di Taranto del Premio Maria Santoro, concorso pittorico "Antichi sapori e colori di Puglia".
- Dono di un busto di Skanderberg al comune di San Marzano, in occasione del VI centenario dell'eroico condottiero legato alla tradizione tarantina per le sue gesta in Albania.

ISTRUZIONE E GIOVANI

La Banca nel 2005 ha fortemente sostenuto i giovani e la loro istruzione nelle scuole di ogni ordine e grado con numerose iniziative, tra queste ricordiamo:

Istruzione e giovani	
	<ul style="list-style-type: none"> • Nell'ambito di agenda 21, 14 borse di studio offerte per il concorso riservato agli studenti "Miglioriamo l'ambiente per lo sviluppo sostenibile". Lo scopo del progetto è di realizzare un rapporto che evidenzi lo stato dell'ambiente e definire un piano d'azione per migliorarne la tutela e la salvaguardia. Con il patrocinio dei comuni di Grottaglie e Monteiasi.
	<ul style="list-style-type: none"> • La Banca dona un amplificatore alla scuola materna di San Marzano. Un contributo per attirare l'attenzione verso la formazione delle nuove generazioni.
	<ul style="list-style-type: none"> • La BCC, sul proprio sito web, mette a disposizione un questionario che, compilato dagli aspiranti, permetterà di scegliere sulla base del merito, in maniera trasparente e chiara quei giovani che hanno intenzione e capacità di lavorare in Banca.

TURISMO

La Banca ha organizzato un Forum sul turismo di qualità nell'area jonica al quale hanno partecipato i sindaci e gli assessori al turismo ed alla cultura della Provincia di Taranto, le Associazioni di imprenditori del settore turistico e i media, tutti insieme per dare un contributo concreto al recupero ed alla valorizzazione del territorio. La BCC di San Marzano mette a disposizione un plafond di cinque milioni di euro per finanziare concreti progetti.

Turismo

- Negli ultimi anni si è affacciata nella nostra area, l'esigenza di scommettere su nuovi investimenti in grado di diversificare la naturale vocazione artigianale e agricola. Il turismo, complice le bellezze territoriali e lo splendido mare, offre nuovi sbocchi economici soprattutto nelle attività imprenditoriali utili a favorire l'inserimento dei giovani nel mondo del lavoro. Con questo spirito, la BCC San Marzano, ha messo a disposizione un plafond pari a 5.000.000,00 di euro da destinare a nuove iniziative tese a valorizzare l'habitat territoriale ionico, le risorse ittiche e marine, la creazione di nuovi punti d'accoglienza. Un primo e significativo intervento è stato finanziato sulla litoranea salentina dov'è sorto un lido attrezzato.



RELIGIONE

Particolare attenzione è stata rivolta agli Enti religiosi locali sostenendo iniziative di interesse collettivo, contributi per i festeggiamenti dei Santi patroni di San Marzano di San Giuseppe e di Francavilla Fontana, contributi per feste parrocchiali e celebrative di ricorrenze sacre.

Inoltre la Banca è stata partner del XXIV Congresso Eucaristico Nazionale di Bari aderendo all'invito dell'Associazione del Credito Cooperativo.



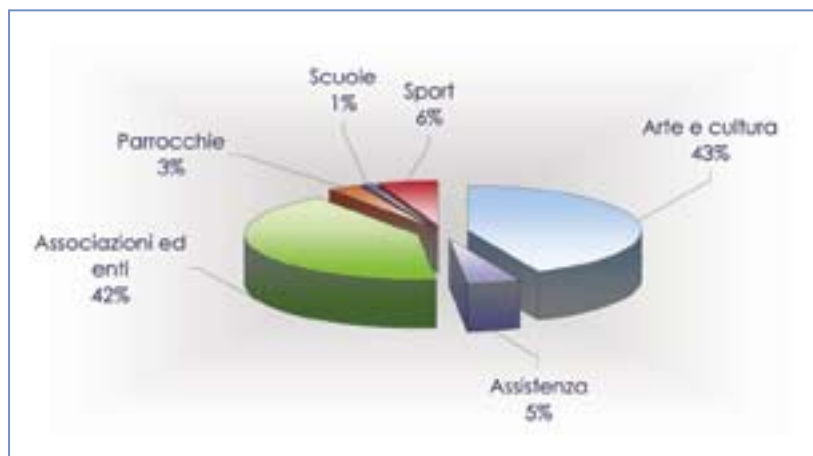
SPORT

Nel corso del 2005 la BCC di San Marzano di S.G. ha sostenuto numerose Associazioni sportive.

Le sponsorizzazioni promosse dalla BCC di San Marzano di S.G. riguardano:

Sport	
	<ul style="list-style-type: none"> • La squadra di calcio maschile "Taranto Sport", militante nel campionato professionistico di serie C2 (e nel 2006 promossa in serie C1).
	<ul style="list-style-type: none"> • La squadra "San Marzano Calcio" militante nel campionato maschile di prima categoria.
	<ul style="list-style-type: none"> • Le squadre "Scintilla Calcio Grottaglie" e "Vittoria Grottaglie" militanti nel campionato maschile di terza categoria. • La squadra di pallacanestro femminile e maschile, sezione giovanile del Basket Grottaglie, "BCC San Marzano di S.G. Basket Grottaglie".

Elargizioni e liberalità per settore



AMBIENTE

Nonostante l'esiguità dell'impatto ambientale esercitato dall'attività creditizia ed i modesti fattori di rischio professionale, la Banca non trascura di attuare gli adempimenti richiesti dalla normativa vigente in materia, in modo da prevenire eventuali rischi d'inquinamento.

3.7.2 Formazione ed educazione

L'attività di formazione in materia di ambiente è stata prevalentemente incentrata sugli aspetti giuridici e tecnico-gestionali inerenti a problematiche della sicurezza sul lavoro.

3.7.3 Interventi qualificanti



La Banca è partner di "Agenda 21", il progetto che vede agire in maniera sinergica i comuni di Grottaglie e Monteiasi nell'ambito della ricerca di idee concrete per lo sviluppo sostenibile.

Oltre al concorso per le scuole denominato "Miglioriamo l'ambiente, idee per lo sviluppo sostenibile", per cui la banca, congiuntamente ai summenzionati comuni, ha messo a disposizione nel 2005 quattordici borse di studio. il progetto ha come obiettivo principale quello di diffondere il senso di uno sviluppo eco-sostenibile che sia in grado di valorizzare e rispettare le ricchezze del territorio, gli stessi valori che si ritrovano nel nuovo Statuto della BCC di San Marzano di San Giuseppe.

3.7.4 Eventuali certificazioni ambientali

In ottemperanza alle disposizioni di legge, la Banca richiede a tutti i fornitori le certificazioni inerenti alla specifica attività svolta da questi ultimi, in relazione all'ambiente ed alla sicurezza sul lavoro.

3.7.5 Aspetti diretti di performance ambientali

Di seguito si riportano alcune tabelle relative ai consumi di energia elettrica e di carta.

Energia elettrica			
	2003	2004	2005
kwh annui	279.437	321.872	376.488
kwh annui / n. medio addetti	6.499	6.706	7.240

Nel 2005 il consumo di energia elettrica per dipendente è aumentato rispetto al 2004, in seguito alle maggiori dimensioni, all'aumentata operatività e all'incremento del numero medio del personale della Banca.

Carta			
	2002	2004	2005
kg anno	4.960	5.110	5.112
kg anno / n. medio addetti	115	106	98

3.7.6 Contenzioso e litigiosità

Gli organi di vigilanza in materia ambientale non hanno notificato violazioni né erogato sanzioni alla Banca per infrazioni commesse.

BCC DI SAN MARZANO DI S.G. E COMUNITA' VIRTUALE

3.7.7 Qualificazione dei Media utilizzati

Nell'ambito del rapporto con il Territorio un ruolo importante lo rivestono i Media. Giornali, radio, televisioni, portali internet, con la collaborazione di questi mezzi di informazione è stata veicolata tutta la comunicazione della Banca tesa a promuovere non solo l'attività economico-finanziaria, ma anche e sempre più spesso, le iniziative sociali, culturali e di promozione del patrimonio locale.



Nel 2005, la BCC di San Marzano è riuscita ad ottenere anche importanti finestre televisive nazionali in programmi come "**Striscia la Notizia**" e "**Mi manda Raitre**". Servizi ed inchieste dalla parte dei cittadini in cui emerge l'attenzione della Banca a tutela dei risparmiatori. L'importante consolidamento dell'immagine della Banca è stato fornito grazie alla collaborazione dei Media territoriali.



Nel 2005, l'Ufficio Stampa della BCC di San Marzano, curato da **Rocco Viola**, è stato premiato con il titolo "**Addetto Stampa dell'Anno - Settore Economia e Finanza**". È la prima volta che il premio, promosso dall'Ordine Nazionale dei Giornalisti e della Federazione Nazionale della Stampa lascia Milano, sede quasi naturale vista la vocazione economico-finanziaria.

Nel 2005 l'ammontare complessivo delle spese di pubblicità sostenute dalla BCC di San Marzano di S.G. ammonta a 94 mila euro.

Slogan

La campagna pubblicitaria 2004/2005 è stata caratterizzata dai seguenti messaggi:



- lo slogan **“La Banca che ti appartiene”** ha voluto sottolineare il senso di appartenenza ed i valori che sono all'origine di una istituzione voluta dalla gente del territorio per la crescita e lo sviluppo della comunità locale;
- lo slogan **“Banca di Credito Cooperativo: differente per forza”** ha voluto evidenziare e dar importanza al senso di appartenenza ad un gruppo che per lo sviluppo locale ed individuale mira ad essere differente dal resto del sistema Bancario italiano;
- nel 2005 si è aggiunto un ulteriore messaggio con finalità di tipo socio-economiche: **“Il Credito Cooperativo ascolta i tuoi progetti e investe su di te. Da fiducia alle buone idee perché da sempre è radicato sul territorio, conosce la tua realtà e mette la relazione al primo posto. La mia Banca è differente significa anche questo”**.



- A sostegno della campagna pubblicitaria nazionale la Banca ha promosso per il secondo anno, una campagna televisiva con i propri clienti. Imprenditori, agricoltori, commercianti, professionisti, giovani, hanno sottolineato la scelta importante di sposare una banca per quello che è e per come agisce nei confronti dei risparmiatori e del territorio.

I principali media utilizzati nel 2005 sono stati i seguenti:

Principali media utilizzati	
Emittenti televisive	
     	<p>Antennasud</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione istituzionale <p>BS Television</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rubrica economica • Sponsorizzazione eventi televisivi • Comunicazione istituzionale <p>Studio 100</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sponsorizzazione eventi televisivi • Comunicazione istituzionale <p>TBM Taranto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione istituzionale <p>Telenorba</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione istituzionale <p>Teledue</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione istituz. <p>Telepuglia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicaz. istituz. <p>Telerama</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione istituzionale
Emittenti radiofoniche	
     	<p>Primaveradio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione istituzionale <p>Publiradio network</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione istituzionale <p>Radio Cittadella</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione istituzionale <p>Radio Delta 1 Stereo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione istituzionale <p>Radio Lattemiele</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione istituzionale <p>Studio 100 Radio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione istituzionale
Testate Territoriali	
  	<p>Corriere del Giorno</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione istituzionale • Pubblicità • Promozione <p>Gazzetta del Mezzogiorno</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione istituzionale • Pubblicità • Promozione <p>Pubblinews</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione istituzionale

	<p>Puglia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione istituzionale <p>Puglia Press</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione istituzionale <p>Quotidiano di Taranto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione istituzionale • Pubblicità • Promozione <p>Taranto sera</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione istituzionale • Pubblicità • Promozione <p>Taranto Oggi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione istituzionale
<p>Edizioni regionali di quotidiani nazionali</p>	
	<p>Corriere della Sera</p> <p>Corriere del Mezzogiorno</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione istituzionale • Pubblicità • Promozione
	
<p>Quotidiani nazionali</p>	
	<p>Il Sole 24 ore</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione istituzionale • Pubblicità • Articoli economici
<p>Testate on line</p>	
 	<p>www.gudi.it</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione istituzionale <p>www.qipuglia.it</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione istituzionale
<p>Settimanali</p>	
	<p>La Gazzetta dell'economia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione istituzionale
<p>Testate del Credito Cooperativo</p>	
	<p>Credito Cooperativo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione istituzionale <p>Flash</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione istituzionale
	

BCC DI SAN MARZANO DI S.G. E COMUNITA' VIRTUALE

3.7.8 Obiettivi

Nel corso del 2005 è stato avviato il restyling completo del sito internet, a cominciare dal nome: **www.bccsmarzano.it**, diventato **www.bccsanmarzano.it**. La vetrina virtuale della Banca si trasforma in un moderno e snello portale, facilmente accessibile, strutturato in collaborazione con Auriga anche in modo che possa essere accessibile agli ipovedenti. Le pagine sono ridisegnate, più accessibili così come i servizi. Lo strumento acquisisce dinamicità, con le news nazionali e locali posizionate in home page e con aggiornamenti costanti. Nasce anche una sezione dedicata agli archivi: è possibile trovare in versione pdf tutti i numeri di "Sportello Aperto" e comincia a prender corpo la newsletter informatica "Sportello Aperto on-line". Il portale si arricchisce di contenuti e gallery fotografica diventando così un mezzo utile non solo a chi con la Banca vuole avere un rapporto commerciale. Sono potenziate le pagine dei prodotti e i collegamenti per l'home banking con relativi accessi alle piattaforme al fine di ottimizzare tempi e attività per i clienti operativi con questi sistemi.

Nel corso del 2005 le visite totali sono state oltre 350 mila con un numero di visitatori totali pari a 73.038, in media 200 al giorno e con circa 56.800 pagine visitate. Tutti dati in notevole crescita rispetto al 2004.

3.7.9 Caratteristiche ed analisi dei "contatti"

Come per gli anni passati anche il 2005 è stato un anno di potenziamento tecnologico e commerciale dei servizi virtuali per imprese e privati. In particolare, si sono offerti alla clientela (suddivisa tra Privati e Imprese) i seguenti servizi:



SimplyBank Web

- è un sistema di Home Banking per i clienti privati che consente di effettuare una serie di operazioni su conti correnti, mutui o titoli. Ad ogni utente di SimplyBank Web viene associato un profilo che consente alla Banca di personalizzare i servizi offerti

	<p>SimplyBank Aziende</p> <ul style="list-style-type: none"> • è un sistema di Corporate Banking che consente alle aziende clienti di effettuare le operazioni bancarie attraverso il proprio computer, senza recarsi in agenzia, ma restando nel proprio ufficio (nel settore Imprese si è riscontrato un crescente interesse per i servizi informativi e dispositivi in particolare per quelli di incasso e pagamento elettronici)
	<p>SimplySMS</p> <ul style="list-style-type: none"> • è un nuovo canale (realizzato in collaborazione con Auriga Informatica) che consente la comunicazione Banca/cliente tramite cellulare GSM e offre al cliente la possibilità di ricevere informazioni sui propri conti correnti a cadenza prestabilita o a richiesta
	<p>MultiMedia Banking</p> <ul style="list-style-type: none"> • è una procedura che consente di gestire chioschi multimediali, dislocati all'interno delle filiali della Banca, da cui effettuare tutte le operazioni bancarie, potendo interagire in maniera personalizzata
	<p>Directa Trading online</p> <ul style="list-style-type: none"> • è un servizio che offre la possibilità agli investitori di operare via Internet (da pc, web tv, GSM, anche con tecnologia WAP) direttamente sui principali mercati borsistici. Il servizio permette di immettere e revocare ordini, leggere le quotazioni dei titoli con modalità push, visualizzare l'andamento del mercato e la propria posizione aggiornata

3.7.10 Tutela della sicurezza per le operazioni di “Virtual Banking”

Le operazioni di virtual banking vengono garantite da elevati standard di sicurezza per tutti i canali virtuali utilizzati:

Marketing development	
Remote banking	Realizzato secondo le specifiche del CBI, SimplyBank offre ampie garanzie di sicurezza sia per l'accesso al sistema della Banca e lo scambio dei flussi sulla rete, sia per la riservatezza dei dati presenti sul personal computer del cliente, grazie all'utilizzo di sofisticati sistemi di crittografia.
Internet banking	SimplyBank Web ha in grande considerazione l'aspetto della sicurezza e riservatezza delle informazioni. A tale scopo utilizza le più moderne tecnologie di firewall, e i più sofisticati sistemi di cifratura per tutelare la privacy delle transazioni.

Per quel che riguarda il servizio Help Desk, gli interventi per la BCC San Marzano nell'anno 2005 sono stati 604.

Helpdesk

L'HelpDesk è l'assistenza completa al cliente utilizzatore del SimplyBank, finalizzato a risolvere svariati problemi di tipo tecnico, relativi ai seguenti argomenti: collegamento; configurazione; informazioni operative sul prodotto; eventuali anomalie ed incompatibilità tecniche che possono verificarsi durante l'uso del prodotto.

3.7.11 Investimenti in strumenti per lo sviluppo della "Virtual Banking"

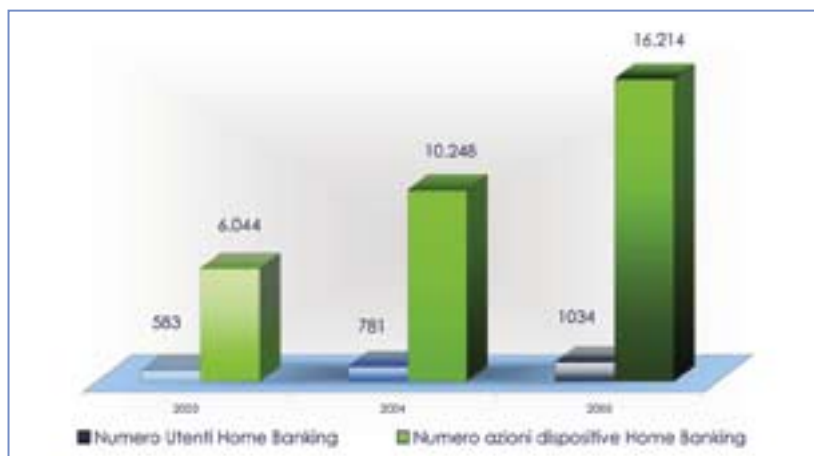
In virtù dell'importanza data al "Virtual Banking", la BCC di San Marzano di S.G. ha ulteriormente promosso nel 2005 l'accordo stipulato nel 2002 con Directa, la prima SIM italiana interamente telematica, per consentire ai clienti l'utilizzo del servizio di trading on line, dando così la possibilità di operare sulla Borsa italiana e sui mercati USA direttamente da casa via Internet o tramite cellulare GSM. Nell'anno 2005 sono state eseguite dalla clientela con la controparte Directa Sim 20.616 operazioni (12.130 nel 2004)

I volumi scambiati (valore nominale) sono stati pari a 578.728.806 nel 2005 (275.641.831 nel 2004).

3.7.12 Azioni di sensibilizzazione alla cultura dell'Information Technology

La sensibilizzazione della clientela alla cultura dell'HomeBanking è proseguita anche nel 2005, infatti il numero dei contratti HomeBanking stipulati dalla Banca si è incrementato del 32,39% rispetto al 2004. Anche il numero delle azioni dispositive si è incrementato del 58,22% rispetto al 2004.

Numero di azioni dispositive Home Banking



3.7.13 Contenzioso e litigiosità

Nella fornitura dei servizi virtuali si evidenzia l'assenza di contestazioni formali da parte della clientela. L'help desk ha dato assistenza ai clienti per la risoluzione di problematiche tecnico operative segnalate dagli stessi.



Santuario della Madonna delle Grazie, ipogeo dedicato a San Giorgio e Santa Barbara.

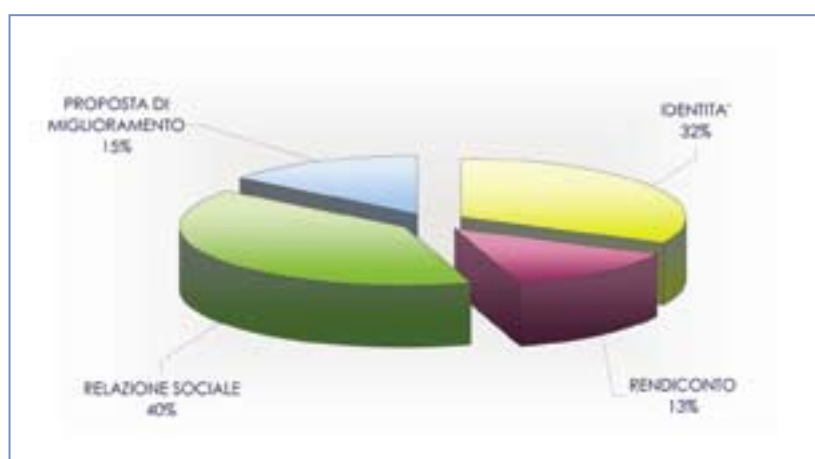
4. Sistema di rilevazione del consenso

Nel 2005 la Banca di Credito Cooperativo di San Marzano di S. G., decisa a proseguire e migliorare il percorso di gestione responsabile per lo sviluppo sostenibile, ha posto in essere un'attività di rilevazione del consenso che, partendo dalle risultanze del Bilancio Sociale 2004, ha permesso di individuare il grado di soddisfazione degli stakeholders e le relative aspettative.

In particolare, è stato allegato al bilancio sociale 2004 un questionario le cui risposte sono state inviate per posta dagli interlocutori. La scelta di questa modalità ha prodotto uno scarso ritorno in termini di risposte da parte degli stakeholders esterni, pertanto si riporta di seguito solo il risultato della rilevazione sugli interlocutori interni, le cui risposte sono state 39.

I risultati della rilevazione sono i seguenti:

Quali capitoli sono stati maggiormente interessanti



I dipendenti hanno potuto esprimere un giudizio sulla qualità del bilancio sociale, intesa come capacità di comunicazione e completezza dello stesso, sulla sua attendibilità, nonché sull'importanza della Banca di impegnarsi a migliorare il rapporto con i propri interlocutori.

Giudizio



Non ci sono risposte negative (opzione nulla e scarsa) e quindi il giudizio sulla comunicazione, comprensibilità e attendibilità è complessivamente positivo. Inoltre i dipendenti valutano positivamente l'impegno della Banca a migliorare il rapporto con i diversi interlocutori.

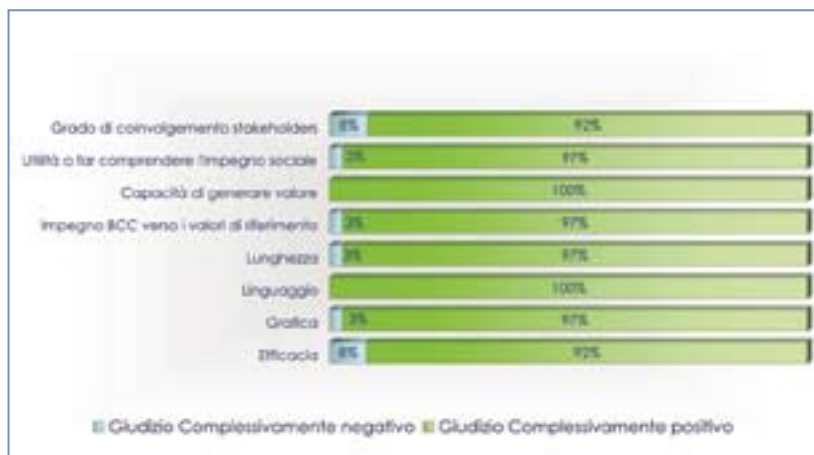
Il grafico seguente esplicita ancor meglio questi risultati:

Giudizio



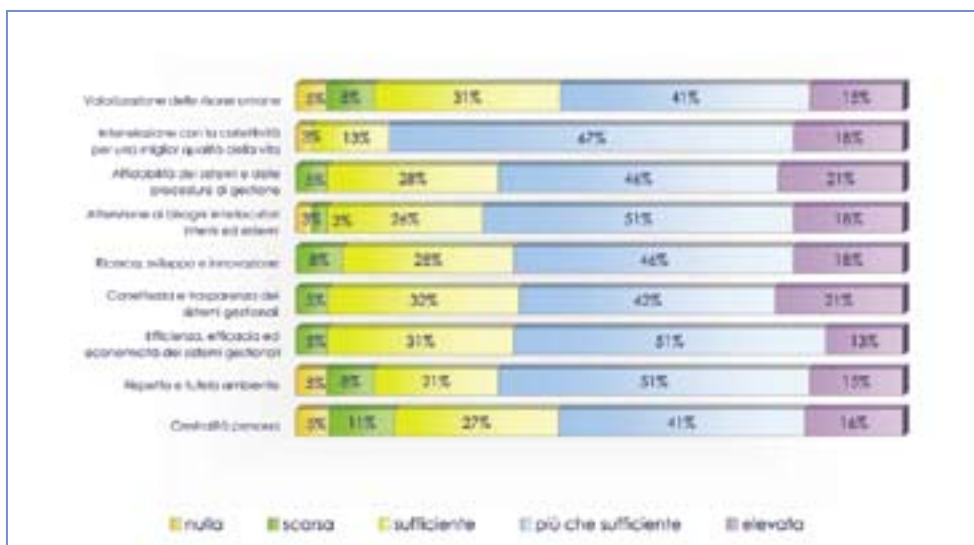
Anche in termini di leggibilità, il giudizio espresso è sostanzialmente positivo:

Giudizio sulla leggibilità del bilancio sociale



Infine le risposte sul grado di coerenza dei comportamenti della Banca rispetto ai valori dichiarati nel Bilancio Sociale, permettono di proporre le azioni utili a migliorare il processo di gestione responsabile per lo sviluppo sostenibile.

Coerenza del bilancio con i Valori Aziendali



5. Proposta di miglioramento futuro

Nel 2005 la Banca ha introdotto all'interno della propria mission l'attenzione allo sviluppo sostenibile, scelta che comporta un continuo impegno verso il rispetto della persona e dell'ambiente. Alla luce di tale scelta, nonché dei risultati della rilevazione del consenso, la Banca, nel perseguire il disegno strategico indicato nell'identità aziendale, intende porre in essere i seguenti miglioramenti nella gestione sociale ed ambientale:

Gestione	Impegno
Sociale	<p>Continuare nell'utilizzo di sistemi di incentivazione a budget del personale dipendente.</p> <p>Affinare ulteriormente la funzione organizzativa al fine di migliorare il sistema dei rapporti interpersonali e le comunicazione tra le diverse funzioni.</p> <p>Maggiore attenzione alla sicurezza ed alla efficienza dei servizi di virtual banking offerti alla clientela.</p> <p>Sviluppare prodotti destinati a cittadini extracomunitari (servizio di transfer money a costi notevolmente contenuti).</p> <p>Favorire l'imprenditoria femminile e accordi con le associazioni di categoria.</p> <p>Particolare attenzione allo sviluppo del territorio attraverso il perfezionamento del Know how a sostegno dell'imprenditoria locale.</p>
Ambiente	<p>Finanziare progetti per lo sviluppo e la produzione di fonti energetiche alternative quali soprattutto il fotovoltaico e l'energia eolica.</p> <p>Rafforzare le certificazioni ambientali tra i criteri di scelta dei fornitori.</p> <p>Impegnarsi nell'attività convegnistica di sensibilizzazione delle problematiche ambientali.</p> <p>Continuare nell'impegno di finanziamento di progetti di sviluppo sostenibile del turismo di qualità e recupero della costa ionico-salentina.</p>



San Marzano
di San Giuseppe

Bilancio & Relazioni 2005



50°

Anniversario della nostra Banca

6. Appendice

Conto economico riclassificato			
	2003	2004	2005
Interessi attivi e proventi assimilati	6.537.932	6.934.557	8.224.427
Interessi passivi ed oneri assimilati	-1.846.511	-1.743.901	-2.094.633
Dividendi ed altri proventi	41.966	33.384	42.258
MARGINE DI INTERESSE	4.733.387	5.224.040	6.172.052
Commissioni attive nette	1.093.833	1.348.642	1.651.957
Profitti da operazioni finanziarie	-271.066	111.496	-76.272
Altri proventi ed oneri di gestione	701.538	845.704	1.151.835
MARGINE DI INTERMEDIAZIONE	6.257.692	7.529.882	8.899.572
Spese amministrative	-4.392.956	-5.025.732	-5.762.801
RISULTATO LORDO DI GESTIONE	1.864.736	2.504.150	3.136.771
Accantonamenti, rettifiche e riprese di valore	-653.553	-1.070.570	-980.895
UTILE ORDINARIO	1.211.183	1.433.580	2.155.876
Proventi ed oneri straordinari	-34.153	20.364	-17.9584
UTILE AL LORDO DELLE IMPOSTE	1.177.030	1.453.944	2.137.918
Imposte sul reddito di esercizio	-229.965	-396.736	-515.627
UTILE (PERDITA) D'ESERCIZIO	947.065	1.057.208	1.622.291

Stato patrimoniale riclassificato			
	2003	2004	2005
Attivo			
Cassa e disponibilità	2.883.144	2.190.652	3.082.379
Totale crediti *	78.333.243	100.143.629	124.870.227
Titoli non immobilizzati	48.790.120	50.270.309	55.092.112
Immobilizzazioni	5.887.786	6.593.223	6.869.171
Altre voci dell'attivo	4.481.226	3.258.798	3.905.443
TOTALE DELL'ATTIVO	140.375.519	162.456.611	193.819.332
* al netto delle svalutazioni crediti			
Passivo			
Totale debiti	123.467.086	145.492.889	174.984.876
Fondi e destinazione specifica	1.002.139	1.301.561	1.051.720
Altre voci del passivo	3.852.852	2.519.483	2.975.785
Fondi rischi bancari generali	22.331	-	-
Patrimonio netto	12.031.111	13.142.678	14.806.951
TOTALE PASSIVO	140.375.519	162.456.611	193.819.332

Questionario di valutazione del Bilancio Sociale 2005

La invitiamo a dedicare qualche minuto per rispondere al seguente questionario, in modo da individuare le attuali criticità e migliorare le prossime edizioni.

A quale categoria di "interlocutori sociali" appartiene? (è possibile indicare più opzioni)					
<input type="checkbox"/> Socio	<input type="checkbox"/> Dipendente	<input type="checkbox"/> Cliente	<input type="checkbox"/> Fornitore		
<input type="checkbox"/> Istituzione finanziaria	<input type="checkbox"/> Ente pubblico o altra istituzione	<input type="checkbox"/> Collettività			
Com'è venuto in possesso/conoscenza del Bilancio sociale?					
<input type="checkbox"/> Consegnato in assemblea	<input type="checkbox"/> Interesse personale	<input type="checkbox"/> Motivi di lavoro/studio	<input type="checkbox"/> Tramite conoscenti		
<input type="checkbox"/> Per caso	<input type="checkbox"/> Altro				
Quali capitoli del Bilancio Sociale sono stati maggiormente interessanti? (al massimo 2 opzioni)					
<input type="checkbox"/> Identità aziendale	<input type="checkbox"/> Rendiconto	<input type="checkbox"/> Relazione sociale	<input type="checkbox"/> Proposta di miglioramento		
La preghiamo di dare un giudizio su qualità e leggibilità dei capitoli del Bilancio Sociale					
	Qualità del Bilancio Sociale				
	1 (per niente)	2	3	4	5 (molto)
COMPLETEZZA: sono state inserite nel Bilancio Sociale le informazioni importanti?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
COMUNICAZIONE: il Bilancio Sociale è comprensibile?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Leggibilità del Bilancio Sociale				
	1 (per niente)	2	3	4	5 (molto)
Efficacia della comunicazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Grafica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Linguaggio adottato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lunghezza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Impegno della BCC verso valori di cui è portatrice	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Capacità di generare valore	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Utilità a far comprendere l'impegno sociale della BCC	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Grado di coinvolgimento dei soggetti con cui la BCC ha i principali scambi di interesse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ritiene coerenti le informazioni riportate nel Bilancio Sociale con le sue conoscenze sulla realtà della Banca?					
<input type="checkbox"/> Per niente attendibili	<input type="checkbox"/> Poco attendibili	<input type="checkbox"/> Abbastanza attendibili	<input type="checkbox"/> Attendibili		
<input type="checkbox"/> Molto attendibili					
Secondo Lei quanto è importante che un'impresa si impegni per migliorare il rapporto con tutti i suoi interlocutori (dipendenti, soci, clienti, fornitori, istituzioni, collettività, ambiente, etc.):					
<input type="checkbox"/> Per niente importante	<input type="checkbox"/> Poco importante	<input type="checkbox"/> Abbastanza importante	<input type="checkbox"/> Importante		
<input type="checkbox"/> Molto importante					
Come giudica la coerenza dei risultati riportati nel Bilancio Sociale rispetto ai valori aziendali dichiarati dalla Banca?					
	Leggibilità del Bilancio Sociale				
	1 (per niente)	2	3	4	5 (molto)
Valori aziendali:					
Centralità della persona	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rispetto e tutela dell'ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Efficienza, efficacia ed economicità dei sistemi gestionali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Correttezza e trasparenza dei sistemi gestionali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ricerca, sviluppo ed innovazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Attenzione ai bisogni ed alle aspettative legittime degli interlocutori esterni ed interni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Affidabilità dei sistemi e delle procedure di gestione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Interrelazione con la collettività per un miglioramento della qualità della vita	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Valorizzazione delle risorse umane	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quali osservazioni e suggerimenti si sente di raccomandare per migliorare il Processo della Banca di Gestione Responsabile per lo Sviluppo Sostenibile comunicato annualmente con il Bilancio Sociale?					

Si autorizza il trattamento dei dati ai sensi della Legge 196/2003. I dati verranno trattati dalla BCC S. Marzano al solo fine di implementazione del Bilancio Sociale; le risposte individuali non saranno comunicate a terzi.

Il questionario può essere compilato anche in forma anonima. Tuttavia se vuole può lasciare le seguenti informazioni per una corretta interpretazione dei dati.

Nome e cognome:, Provincia di residenza:

Sesso: M F Età:, Professione:

E-mail:

Data

Firma

.....

.....

Grazie per la collaborazione.

“Il questionario può anche essere compilato sul sito
www.bccsanmarzano.it, consegnato presso una filiale della BCC
oppure inviato al fax 099.9575501“

Spettabile

Banca di Credito Cooperativo di
San Marzano di San Giuseppe
Segreteria Generale
Via Vittorio Emanuele III, s.n.

74023 San Marzano di San Giuseppe - TA



Revisione e organizzazione contabile

KPMG S.p.A.
Via Imbriani, 36
73100 LECCE LE

Telefono (0832) 317930
Telefax (0832) 317931

Relazione della società di revisione sul bilancio sociale Attestazione di conformità

Al Consiglio di Amministrazione della
Banca di Credito Cooperativo di San Marzano di San Giuseppe - Taranto - Società
Cooperativa

- 1 Abbiamo svolto verifiche di conformità ed analisi sul bilancio sociale al 31 dicembre 2005 della Banca di Credito Cooperativo di San Marzano di San Giuseppe - Taranto - Società Cooperativa, descritte nel paragrafo 2 della presente relazione.

Le procedure di verifica sono state svolte al fine di valutare l'affermazione del Consiglio di Amministrazione, riportata nel paragrafo "Nota metodologica" del bilancio sociale al 31 dicembre 2005 della Banca di Credito Cooperativo di San Marzano di San Giuseppe - Taranto - Società Cooperativa, secondo cui lo stesso è stato predisposto in conformità alle linee guida definite dal Gruppo di studio per il bilancio sociale ("GBS") e alle linee guida definite dal Modello ABI/IBS di redazione del bilancio sociale per il settore del credito. La responsabilità della predisposizione del bilancio sociale in accordo con le linee guida menzionate compete agli amministratori della Banca di Credito Cooperativo di San Marzano di San Giuseppe - Taranto - Società Cooperativa.

- 2 Allo scopo di poter valutare l'affermazione del Consiglio di Amministrazione richiamata nel paragrafo 1 della presente relazione, sono state svolte le seguenti procedure di verifica, come previsto dal principio di revisione "International Standard on Assurance Engagements 3000 - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Information", statuito a livello internazionale dall'International Auditing and Assurance Standards Board ("IAASB") e come suggerito dal Documento di Ricerca n.1 "Linee guida per la revisione del bilancio sociale" predisposto dal Gruppo di studio per il bilancio sociale ("GBS");
 - verifica della rispondenza dei dati e delle informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel bilancio sociale con i dati e le informazioni presenti nel bilancio d'esercizio della Banca di Credito Cooperativo di San Marzano di San Giuseppe - Taranto - Società Cooperativa al 31 dicembre 2005, approvato dall'Assemblea dei soci e sul quale è stata da noi emessa la relazione di revisione contabile in data 10 aprile 2006;



KPMG S.p.A. è membro della KPMG International.

Milano Ancona Bari Bergamo Bologna Bolzano Brescia
Catania Como Firenze Foggia Genova Lecce Napoli Novara
Palermo Palermo Parma Perugia Pescara Roma Torino
Trevizo Trieste Udine Varese Verona

Società per azioni
Capitale sociale Euro 4.384.821,80 i.c.
Registro Imprese Milano N. 276823
R.E.A. Milano N. 512657
Cod. Fis. e IVA 0079960158
Sede legale: Via Vittor Pisani, 25 - 20124 Milano MI



- analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi inclusi nel bilancio sociale. In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:
 - interviste e discussioni con i delegati della Direzione e il personale della Banca di Credito Cooperativo di San Marzano di San Giuseppe - Taranto - Società Cooperativa, al fine di ottenere una generale comprensione dell'attività della stessa, di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting alla base della predisposizione del bilancio sociale e di rilevare i processi, le procedure e il sistema di controllo interno che supportano la raccolta, aggregazione, elaborazione e trasmissione dei dati e delle informazioni alla funzione responsabile della predisposizione del bilancio sociale;
 - analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del bilancio sociale, al fine di ottenere una conferma dell'attendibilità delle informazioni acquisite attraverso le interviste e dell'efficacia dei processi in atto, della loro adeguatezza in relazione agli obiettivi descritti e del funzionamento del sistema di controllo interno per il corretto trattamento dei dati e delle informazioni;
- analisi della completezza e della congruenza interna delle informazioni qualitative riportate nel bilancio sociale. Tale attività è stata svolta sulla base delle linee guida di riferimento sopra evidenziate;
- verifica del processo di coinvolgimento degli stakeholder, con riferimento alle modalità utilizzate e alla completezza dei soggetti coinvolti mediante l'analisi dei verbali riassuntivi degli aspetti salienti emersi dal confronto con gli stessi, rispetto a quanto riportato nel bilancio sociale;
- ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal legale rappresentante della Banca di Credito Cooperativo di San Marzano di San Giuseppe - Taranto - Società Cooperativa, sull'attendibilità e completezza del bilancio sociale e delle informazioni e dati in esso contenuti, nonché sulla conformità del bilancio sociale ai principi di redazione indicati nel paragrafo 1 della presente relazione.

Trattandosi del primo anno in cui il Bilancio Sociale è assoggettato all'attività di attestazione da parte di un società di revisione, i dati e le informazioni dell'esercizio precedente, presentati ai fini comparativi nel Bilancio Sociale al 31 dicembre 2005, sono stati da noi esaminati limitatamente a quanto necessario ai fini dello svolgimento del nostro incarico. La nostra relazione, pertanto, non si estende a dati e informazioni che non sono stati da noi esaminati.





- 3 Sulla base delle procedure di verifica svolte, riteniamo che il bilancio sociale al 31 dicembre 2005 della Banca di Credito Cooperativo di San Marzano di San Giuseppe - Taranto - Società Cooperativa sia conforme alle linee guida con riferimento alle quali è stato predisposto, riportate nel paragrafo 1 della presente relazione. Inoltre, i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario del bilancio sociale al 31 dicembre 2005 corrispondono ai dati e alle informazioni del bilancio d'esercizio della Banca di Credito Cooperativo di San Marzano di San Giuseppe - Taranto - Società Cooperativa al 31 dicembre 2005 e gli altri dati e informazioni sono coerenti con la documentazione fornitaci e rispondenti ai contenuti richiesti dalle linee guida in conformità alle quali il bilancio sociale stesso è stato predisposto.

Lecce, 29 settembre 2006

KPMG S.p.A.

Marco Fabio Capitano
Socio



KPMG S.p.A. è membro della KPMG International.

Milano Ancona Bari Bergamo Bologna Bolzano Brescia
Cagliari Como Firenze Foggia Genova Lecce Napoli Novara
Palermo Palermo Parma Perugia Pescara Roma Torino
Trevizo Trieste Udine Varese Verona

Società per azioni
Capitale sociale Euro 4.384.321,80 i.r.
Registro Imprese Milano N. 276823
R.E.A. Milano N. 512657
Cod. Fis. e IVA 00739601508
Sede legale: Via Vittor Pisani, 25 - 20124 Milano MI

BCC DI SAN MARZANO DI S.G.

BILANCIO SOCIALE 2005

Supervisione

Direttore generale

Emanuele di Palma

Gruppo di Progetto

Segreteria generale:

Carolina Longo

Amministrazione - Pianificazione e controllo di gestione:

Mauro Roussier - Fusco

Elaborazione del modello

Istituto Europeo per il Bilancio Sociale - Milano

Roberto Marziantonio, Enrico Rimoldi

Editing

Auriganet - Bari

Fotolito e Stampa

Grafiche Cressati S.r.l. - Taranto