



2003 2003  

---

Bilancio Sociale





Il marchio, il logo del Credito Cooperativo, la simbologia della melagrana, il marchio della Carta dei Valori del Credito Cooperativo, sono marchi registrati di proprietà Federcasse.

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

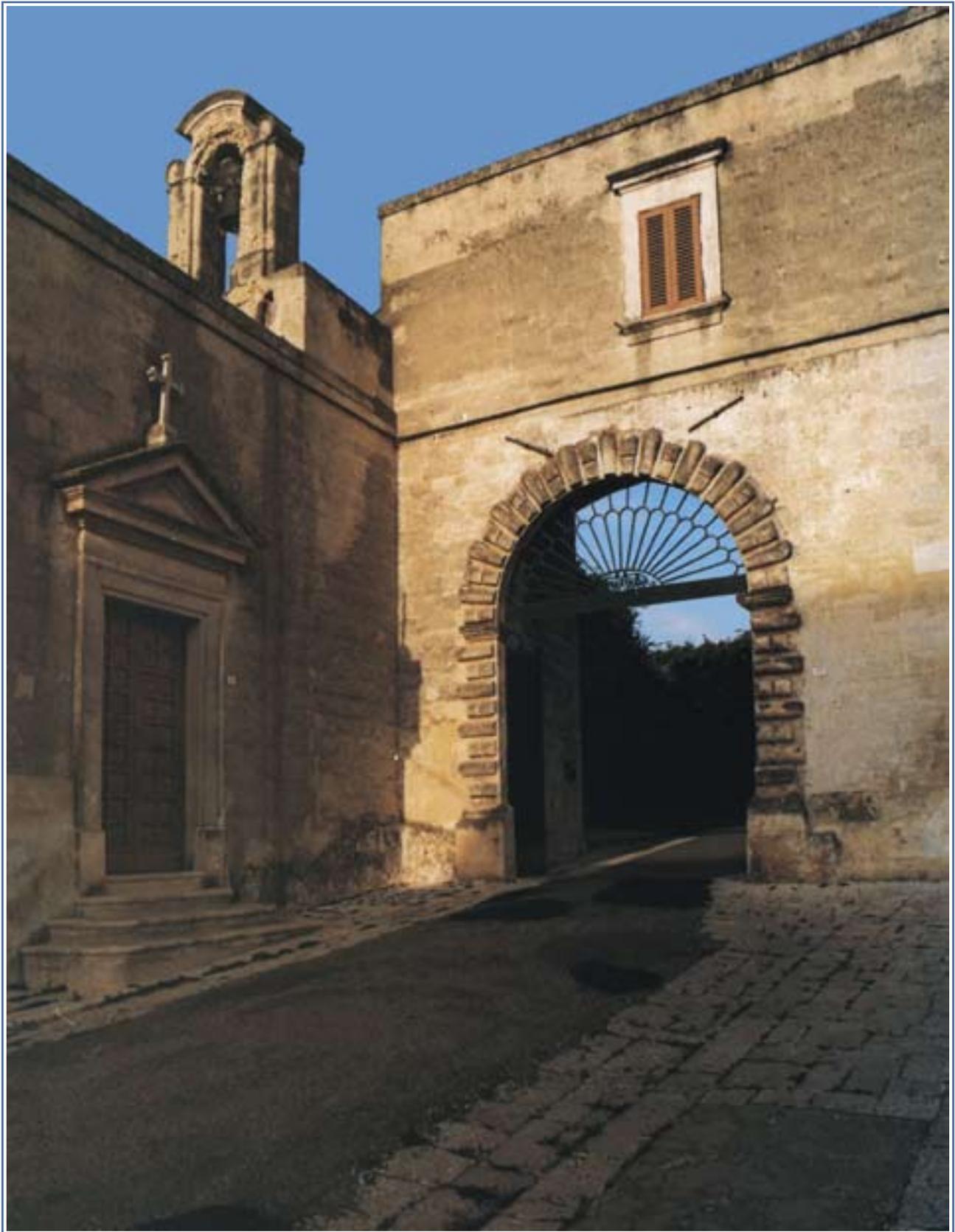
**Foto:**

- Archivio Banca di Credito Cooperativo di San Marzano di San Giuseppe
- La ceramica di Grottaglie ovvero *l'importanza della tradizione*, pag. 82
- San Marzano di S. Giuseppe - Un'isola culturale in Terra di Puglia - Vincenza Musardo Talò, pag. 9
- San Marzano tra antichità e età moderna, pag. 6
- Teknofoto De Vincentis: foto in copertina, pag. 7, pag. 31

Messaggio del Presidente .....	7
<b>1 IDENTITÀ AZIENDALE .....</b>	<b>10</b>
1.1 Storia .....	11
1.2 Contesto di riferimento .....	13
1.3 Valori .....	19
1.4 Missione .....	21
1.5 Assetto istituzionale ed organizzativo .....	22
1.6 Sustainability Governance .....	24
1.7 Disegno strategico .....	29
1.8 Piano programmatico .....	29
<b>2. RENDICONTO (PRODUZIONE E DISTRIBUZIONE DEL VALORE) .....</b>	<b>32</b>
2.1 Dati significativi di gestione .....	33
2.1.1 Financial highlights .....	33
2.1.2 Indici gestionali .....	34
2.2 Calcolo del valore aggiunto .....	39
<b>3. RELAZIONE SOCIALE .....</b>	<b>43</b>
3.1. BCC di San Marzano di S.G. e Risorse umane .....	44
3.1.1 Obiettivi .....	44
3.1.2 Politica delle assunzioni .....	44
3.1.3 Composizione del personale .....	46
3.1.4 Turnover .....	48
3.1.5 Politiche di pari opportunità .....	49
3.1.6 Comunicazione interna .....	49
3.1.7 Relazioni sindacali .....	49
3.1.8 Conflittualità sindacale .....	50
3.1.9 Formazione .....	50
3.1.10 Valorizzazione .....	51
3.1.11 Sistemi di remunerazione e lavoro straordinario .....	51
3.1.12 Sicurezza e salute sul luogo di lavoro .....	52
3.1.13 Contenzioso e litigiosità .....	52

<b>3.2</b>	<b>BCC di San Marzano di S.G. e Azionisti/soci.....</b>	<b>53</b>
3.2.1	Obiettivi .....	53
3.2.2	Segmentazione dei soci per categorie .....	54
3.2.3	Composizione percentuale dei soci e del capitale sociale .....	54
3.2.4	Capitale sociale .....	56
3.2.5	Partecipazione dei soci al governo dell'impresa e tutela delle minoranze.....	57
3.2.6	Servizi ed agevolazioni riservate ai soci .....	57
3.2.7	Investor relations .....	58
3.2.8	Contenzioso e litigiosità .....	58
<b>3.3</b>	<b>BCC di San Marzano di S.G. e Clienti .....</b>	<b>59</b>
3.3.1	Obiettivi .....	59
3.3.2	Caratteristiche ed analisi della clientela .....	60
3.3.3	Marketing development .....	62
3.3.4	Prodotti di finanza etica .....	64
3.3.5	Customer satisfaction .....	64
3.3.6	Sistema qualità e reclami .....	64
<b>3.5</b>	<b>BCC di San Marzano di S.G. e Fornitori .....</b>	<b>65</b>
3.5.1	Obiettivi .....	65
3.5.2	Qualificazione ed analisi dei fornitori .....	66
3.5.3	Caratteristiche delle forniture .....	67
3.5.4	Ricaduta sul territorio .....	68
3.5.5	Condizioni negoziali e comunicazione .....	70
3.5.6	Sistemi di Qualità e certificazione di qualità o ambientale .....	70
3.5.7	Contenzioso e litigiosità .....	71
<b>3.6</b>	<b>BCC di San Marzano di S.G. e altre banche/istituzioni .....</b>	<b>72</b>
3.6.1	Obiettivi .....	72
3.6.2	Rapporti con le altre banche .....	73
3.6.3	Rapporti con le compagnie assicurative e con gli intermediari finanziari .....	74
3.6.4	Rapporti con le Autorità di Vigilanza e Monetaria .....	74
3.6.5	Rapporti con le Associazioni di categoria .....	75
3.6.6	Norme interne e sistemi di controllo volti a garantire l'osservanza della legge .....	76

3.6.7	Comunicazione .....	76
3.6.8	Contenzioso e litigiosità .....	76
<b>3.7</b>	<b>BCC di San Marzano di S.G. e Stato/Autonomie Locali .....</b>	<b>77</b>
3.7.1	Obiettivi .....	77
3.7.2	Imposte, tributi e tasse .....	77
3.7.3	Rapporti con gli Enti Locali e la Pubblica Amministrazione .....	79
3.7.4	Contenzioso e litigiosità .....	79
<b>3.8</b>	<b>BCC di San Marzano di S.G. e Collettività .....</b>	<b>80</b>
<b>PERSONE .....</b>		<b>81</b>
3.8.1	Apporti diretti al sociale per una migliore qualità della vita .....	81
<b>AMBIENTE .....</b>		<b>84</b>
3.8.2	Formazione ed educazione .....	84
3.8.3	Interventi qualificanti .....	84
3.8.4	Eventuali certificazioni ambientali .....	85
3.8.5	Aspetti diretti di performance ambientali .....	85
3.8.6	Contenzioso e litigiosità .....	86
<b>BCC DI SAN MARZANO DI S.G. E MEDIA .....</b>		<b>86</b>
3.8.7	Qualificazione dei Media utilizzati .....	86
<b>BCC DI SAN MARZANO DI S.G. E COMUNITA' VIRTUALE .....</b>		<b>89</b>
3.8.8	Obiettivi .....	89
3.8.9	Caratteristiche ed analisi dei "contatti" .....	90
3.8.10	Tutela della sicurezza per le operazioni di "Virtual Banking" .....	91
3.8.11	Investimenti in strumenti per lo sviluppo della "Virtual Bank" .....	92
3.8.12	Azioni di sensibilizzazione alla cultura dell'Information Technology .....	92
3.8.13	Contenzioso e litigiosità .....	92
	<b>Risultati del sistema di rilevazione del consenso .....</b>	<b>93</b>
	<b>Proposta di miglioramento futuro .....</b>	<b>94</b>
<b>APPENDICE .....</b>		<b>95</b>
	Conto economico riclassificato .....	95
	Stato patrimoniale riclassificato .....	95



Ingresso al palazzo marchesale; di lato la Chiesa di S.Gennaro



### Una Banca di riferimento per lo sviluppo del territorio

Responsabilità sociale è ciò di cui parliamo, due parole semplici, ma al tempo stesso pesantissime.

Significano che ciascuno, utilizzando le proprie capacità e mettendo a frutto le proprie competenze, deve contribuire al consolidamento di un mondo pacificato e prospero.

Un mondo in cui la pace è l'obiettivo e la prosperità è lo strumento per raggiungerla, imprimendo impulso allo sviluppo economico, sociale e culturale.

Questa è la chiave di lettura del "Bilancio", a partire dal Bilancio di Esercizio, che, per una Banca di Credito Cooperativo non è solo il risultato di una semplice contrapposizione di poste contabili che ne sintetizzano l'attività, ma è il primo passo verso il Bilancio Sociale, attraverso il quale si esplicitano i principi di solidarietà cui l'operato delle BCC si ispira istituzionalmente.

Per tutti questi motivi si è voluto aggiungere un ulteriore strumento, il Bilancio Sociale appunto, attraverso il quale poter leggere, da una diversa angolazione l'attività da noi svolta.

Con esso non solo si vuole continuare a porre la dovuta attenzione alla "sana e prudente gestione aziendale", ma anche alle relazioni con tutti i portatori di interesse: i Soci, i Clienti, i Dipendenti, la Collettività, il Territorio ed il Gruppo del Credito Cooperativo.

In quest'ottica il Bilancio Sociale rappresenta, anche se parzialmente, i contenuti etici e l'impegno sociale di un anno di attività della BCC di San Marzano di S.G..

Infine il documento, giunto alla sua seconda edizione, sta a significare la volontà di continuare a realizzarlo con cadenza fissa, a conferma del nostro continuo impegno verso la gente del territorio in cui la Banca opera.

**Franco Cavallo**

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

Il Bilancio Sociale 2003 della BCC di San Marzano di S.G. è stato redatto sulla base 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.



San Marzano di S.G.: Chiesa Matrice (foto primi '900)

## 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".*

La Società nasce in San Marzano di S.G., con un'operatività limitata al territorio comunale ed ai comuni ad esso limitrofi. La Banca rimane monosportello fino al 1991, anno in cui viene inaugurata la filiale di Francavilla Fontana (BR).

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 (TA), Taranto, Faggiano (TA) e Villa Castelli (BR). 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.



Atto Costitutivo



Autorizzazione Banca d'Italia

### Tappe fondamentali della storia della BCC di S. Marzano



**25 ottobre 1956**

Costituzione della Cassa Rurale di San Marzano di San Giuseppe. L'Assemblea dei soci delibera, a norma dell'art. 1 dello Statuto, di richiedere, ai sensi della legge, l'autorizzazione ad operare anche nei comuni limitrofi di Francavilla Fontana, Sava, Fragagnano e Grottaglie.



**23 agosto 1957**

La Banca d'Italia autorizza la Cassa a svolgere l'attività bancaria.

**30 settembre 1957**

Inizia l'attività della Cassa con l'apertura della sede a San Marzano in piazza Casalini. Presidente è Giovanni Casalini, Direttore Raffaele Lobello.



**1964**

Viene nominato Direttore Antimo Schiavilla, figura importante nella storia della Cassa, medaglia d'oro di ICCREA.

**1988**

Francesco Cavallo viene nominato Presidente della Cassa succedendo a Giovanni Casalini.



**1991**

A novembre la Cassa acquista un suolo a San Marzano per la costruzione della nuova sede che ospiterà gli uffici della Presidenza, della Direzione Generale, dello sportello di San Marzano e una sala auditorium. La Cassa apre la sua prima filiale nel Comune di Francavilla Fontana (BR).

**1993**

La zona di competenza si estende ai comuni di Oria, Villa Castelli, Ceglie Messapica, Latiano allargando così l'operatività anche nella provincia di Brindisi.



**1994**

La Cassa assume l'attuale denominazione di "Banca di Credito Cooperativo di San Marzano di San Giuseppe - TA".

**1995**

Gli uffici amministrativi centrali e quelli della filiale di San Marzano si trasferiscono nell'attuale sede di Via Vittorio Emanuele a San Marzano. A settembre il Direttore Antimo Schiavilla lascia per quiescenza la Direzione Generale dopo 38 anni. Al suo posto viene nominato Emanuele Di Palma.

**1996**

Viene aperta la filiale di Grottaglie (TA).

**2000**

Viene aperta la filiale di Taranto.



**2001**

A maggio la filiale di Grottaglie si trasferisce nei nuovi locali acquistati nel corso dell'anno. Viene aperta la filiale di Faggiano (TA).

**2003**

Viene aperta la filiale di Villa Castelli (BR).



## 1.2 Contesto di riferimento

### 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

- 446 Banche
- 3.332 sportelli
- oltre 647 mila soci
- 6 mila amministratori
- oltre 1.347 mila clienti affidati
- oltre 25 mila dipendenti

Dati FederCASSE al 30 settembre 2003



rappresenta il versante associativo del Sistema del Credito Cooperativo. FederCASSE è l'associazione nazionale delle Banche di Credito Cooperativo e Casse Rurali.

#### Attività di FederCASSE

- Assicurare la rappresentanza e la tutela della categoria.
- Stipulare e gestire i contratti nazionali di lavoro.
- Garantire la consulenza di carattere legale, fiscale, giuslavoristico - sindacale, organizzativo, di comunicazione, di formazione a vantaggio delle Federazioni locali e delle Banche di Credito Cooperativo.
- Svolgere attività di studio e ricerca sul sistema creditizio ed in particolare sul Credito Cooperativo.



ICCREA Holding rappresenta il versante imprenditoriale del Sistema del Credito Cooperativo ed è nata nel 1994 dalla trasformazione della pregressa Iccrea Spa, costituita nel 1963.

Il modello organizzativo del sistema del Credito Cooperativo, unico nel panorama bancario italiano, si compone di tre livelli: locale, regionale e nazionale.

### Compiti di ICCREA Holding

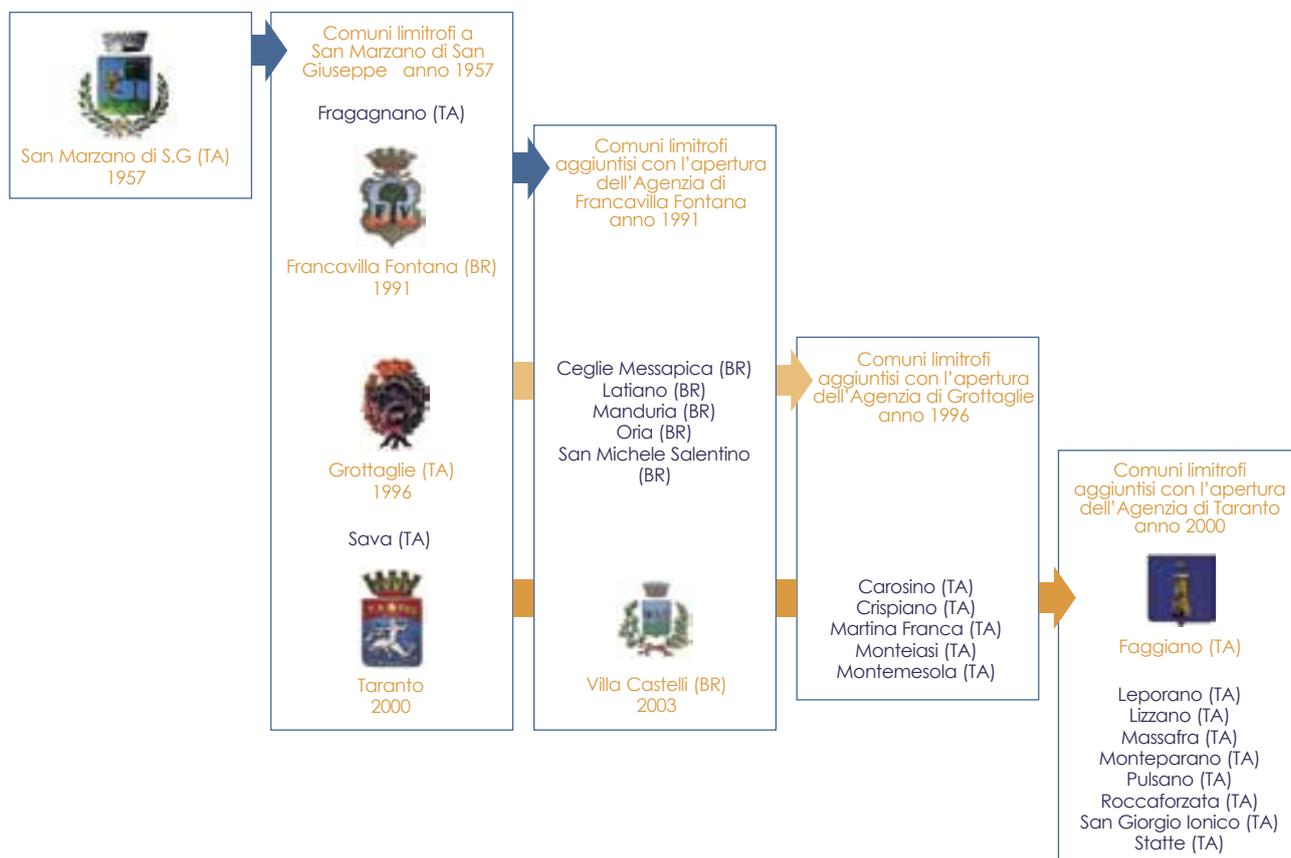
- Assumere, coordinare e gestire le partecipazioni in società esercenti attività bancaria, finanziaria e strumentale all'attività delle società partecipate e dei soci.
- Prestare servizi di supporto in favore delle società partecipate.
- Indirizzare e coordinare le attività delle società componenti il Gruppo bancario.

La competenza territoriale della BCC di San Marzano di S.G., "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. 2 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.



### Il mercato del credito

Nella provincia di Taranto 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 determinate nelle località in cui la Banca è presente.

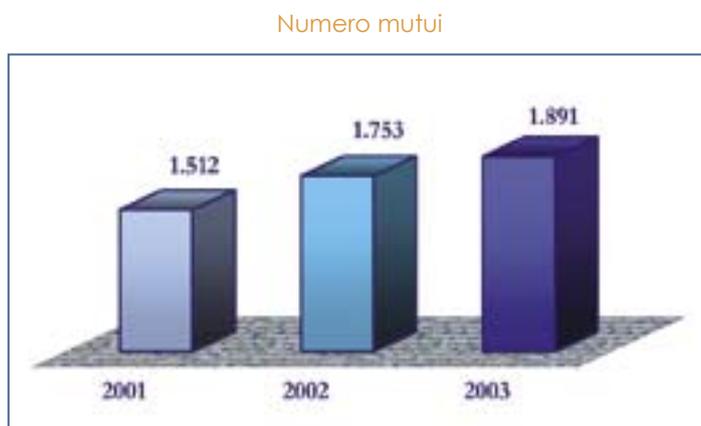
L'azione d'impulso all'economia locale è significativa, in un momento come quello attuale in cui le Banche di caratura nazionale stanno subendo pesanti ristrutturazioni organizzative e quindi sono meno attente alle necessità ed alle aspettative del territorio.

Nel corso del 2003 la presenza della BCC di San Marzano di S.G. è stata ancor più incisiva nel territorio di competenza ed il credito erogato ha contribuito in modo significativo a soddisfare le esigenze della popolazione.

### 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
2001	1.512
2002	1.753
2003	1.891



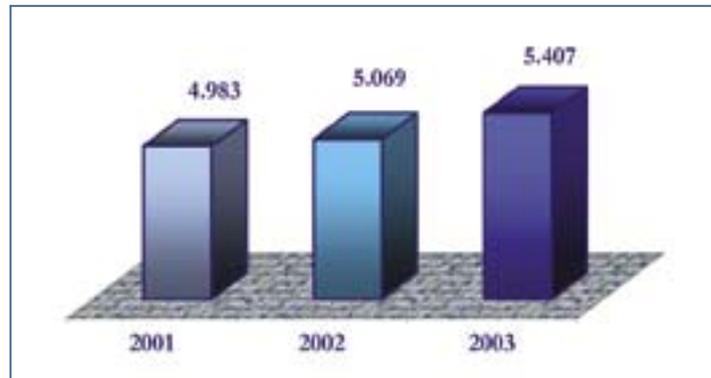
Numero conti correnti	
Anno	N. conti correnti
2001	4.403
2002	5.015
2003	5.617





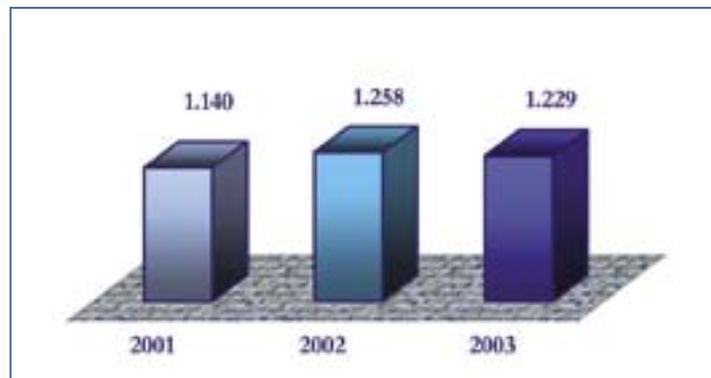
Numero depositi a risparmio	
Anno	Depositi a risparmio
2001	4.983
2002	5.069
2003	5.407

Numero depositi a risparmio



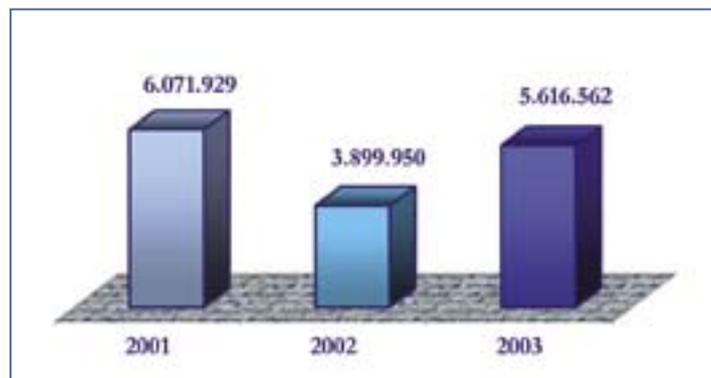
Numero certificati di deposito	
Anno	Certificati di deposito
2001	1.140
2002	1.258
2003	1.229

Numero certificati di deposito



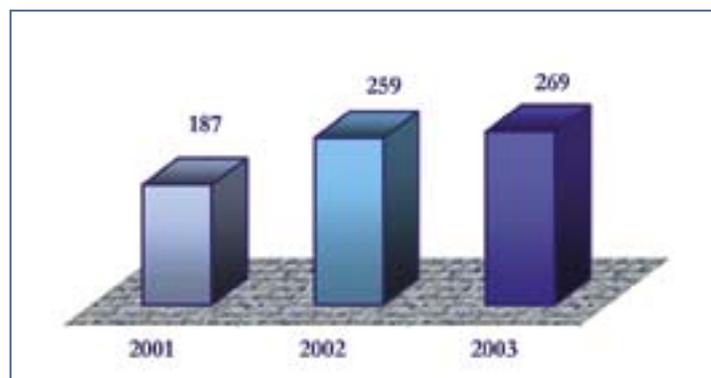
Risparmio gestito (importo)	
Anno	Risparmio gestito
2001	6.071.929
2002	3.899.950
2003	5.616.562

Risparmio gestito (importo)



Numero terminali pos	
Anno	N. terminali pos
2001	187
2002	259
2003	269

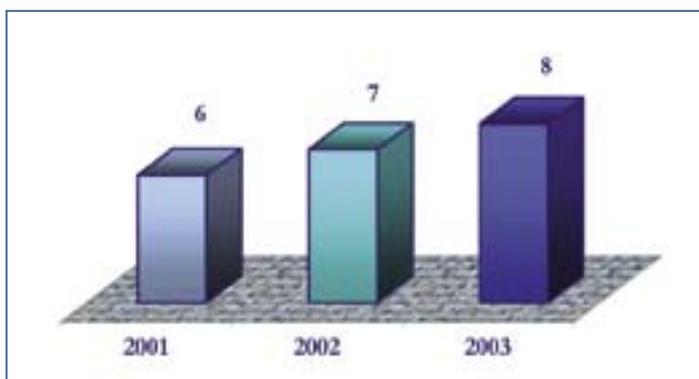
Numero terminali pos



### Numero terminali ATM

Anno	N. terminali ATM
2001	6
2002	7
2003	8

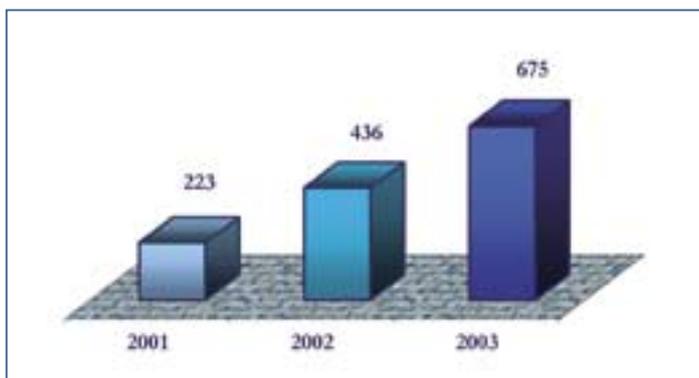
Numero terminali ATM



### Numero Home Banking

Anno	N. Home Banking
2001	223
2002	436
2003	675

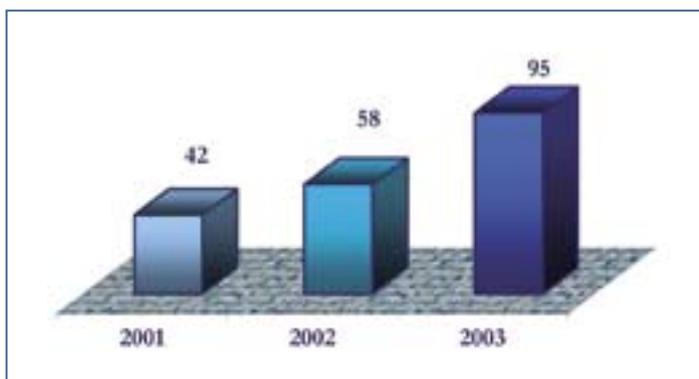
Numero Home Banking



### Numero SMS Banking

Anno	N. SMS Banking
2001	42
2002	58
2003	95

Numero contratti SMS Banking





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

\* 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 ed i loro orientamenti, le strategie e le priorità, le regole di comportamento e gli impegni.

- 1. Primato e centralità della persona**  
Il Credito Cooperativo ispira le proprie attività all'individuo e alla promozione della persona.  
Il Credito Cooperativo è un istituto di banche costituite da persone che lavorano per la persona.  
Il Credito Cooperativo investe nel capitale umano - costituito dai suoi, dai clienti e dai collaboratori - per valorizzarlo e migliorarlo.
- 2. Impegno**  
L'impegno del Credito Cooperativo è concreto, in particolare, nel solidificare i legami fiduciari fra soci e dai clienti, ricercando il miglioramento continuo della qualità e delle prestazioni dei prodotti e dei servizi offerti.  
Obiettivo del Credito Cooperativo è produrre utilità e vantaggi, il cui valore economico, sociale e culturale è beneficio del socio e della comunità locale e "territorio" di riferimento.  
Lo stile di servizio, la buona conoscenza del territorio, l'esperienza nella relazione con i soci e clienti, l'applicazione della lealtà costituiscono la vitalità e la forza per chi aderisce al Credito Cooperativo e per chi vi presta la propria attività professionale.
- 3. Autonomia**  
L'autonomia è uno dei principi fondamentali del Credito Cooperativo. Tale principio è vitale e fondato sulle circostanze, collegato e integrato nel "sistema" del Credito Cooperativo.
- 4. Promozione della partecipazione**  
Il Credito Cooperativo promuove la partecipazione al proprio sistema e in particolare quella dei soci alla vita della cooperativa.  
Il Credito Cooperativo favorisce la partecipazione degli operatori locali alla vita economica, privilegiando le famiglie e le piccole imprese, promuovendo l'accesso al credito conribuendo alla produzione delle opportunità.
- 5. Cooperazione**  
Lo stile cooperativo è il segno del successo. L'azione delle forze, il lavoro di gruppo, la condivisione delle degli sforzi, in caso di bisogno della cooperazione di credito. La cooperazione tra le banche cooperative attraverso le strutture locali, regionali, nazionali e internazionali è condizione per incrementare l'efficienza e migliorare il servizio ai soci e clienti.
- 6. Qualità, servizio e onestà**  
Il Credito Cooperativo non ha scopi di lucro.  
Il raggiungimento di un equo risultato, e non la distribuzione del profitto, è la meta che guida la gestione del Credito Cooperativo. Il risultato utile della gestione è destinato per preparare la produzione del bene che serve al servizio di riferimento, al servizio dei quali si pone il Credito Cooperativo.  
Sono i diversi meccanismi di rispetto irrinunciabile e necessario dell'efficienza operativa, nonché condizioni inalienabili per l'autoaffiancamento e lo sviluppo della singola banca cooperativa.  
Il Credito Cooperativo condivide e sostiene tale stile di rafforzamento delle risorse - in misura diretta pari a quella richiesta dalla legge - e ad altre attività di utilità sociale conosciute dai soci.  
Il patrimonio accumulato è un bene prezioso da preservare e da difendere nel rispetto dei finanziati e nell'interesse delle generazioni future.  
I soci del Credito Cooperativo possono, con le modalità più appropriate, ottenere benefici in proporzione all'attività finanziaria singolarmente svolta con la propria banca cooperativa.
- 7. Promozione dello sviluppo locale**  
Il Credito Cooperativo è legato alle comunità locali che lo ispirano da un'azione duratura per lo sviluppo.  
Attraverso le proprie attività creditizie e mediante la distribuzione 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 iniziative imprenditoriali "a responsabilità sociale", con culture finanziarie, ed al servizio dell'economia reale.
- 8. Finanziaria e non finanziaria**  
Il Credito Cooperativo si impegna a favorire la crescita delle compagnie e della professionalità degli amministratori, dirigenti, collaboratori e la crescita e lo sviluppo della cultura economica, sociale, civile nei soci e nelle comunità locali.
- 9. Soci**  
I soci del Credito Cooperativo si impegnano nel proprio ruolo e contribuiscono allo sviluppo della banca favorendo, insieme, l'attività con essa, promuovendo la qualità e l'efficienza presso le comunità locali e

Quando chiaro esempio di controllo democratico, spogliato di ogni, equità e solidarietà tra i componenti la base sociale.  
Fideli allo spirito del fondatore, i soci aderiscono ed aderiscono ad un codice etico fondato sull'onestà, la trasparenza, la responsabilità sociale, l'autoaffiancamento.  
**10. Amministratoresca**  
Gli amministratori del Credito Cooperativo si impegnano nel proprio ruolo e partecipano alle decisioni in materia di autonomia, a creare valore economico e sociale per i soci e la comunità, e dedicare il tempo necessario a tale incarico, a curare personalmente la propria qualificazione professionale e l'immagine promozionale.  
**11. Dipendenti**  
I dipendenti del Credito Cooperativo si impegnano nel proprio ruolo e a realizzare la propria capacità di soluzione orientata al riconoscimento della singolarità della persona e a dedicare professionalità, impegno qualificato, tempo ed efficienza promozionale e spirito cooperativo all'aggiornamento degli obiettivi economici e sociali della banca per lo sviluppo lavorativo.



## 1.4 Missione

La missione aziendale identifica la ragion d'essere della BCC di San Marzano di S.G. e i suoi obiettivi essenziali:

“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)*

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**

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.

Nel 2003 non figurano soci istituzionali.

### 1.5.2 Corporate Governance

Il capitale sociale, al 31 dicembre 2003, è composto da n. 13.836 azioni, sottoscritte da 636 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 99,10% dell'utile di esercizio a riserva legale indivisibile: il restante 0,90% dell'utile d'esercizio è destinato ai fondi mutualistici per la promozione e lo sviluppo della cooperazione (art. 49 dello Statuto).

#### Organi deputati alla corporate governance della BCC di S.Marzano

##### Consiglio di Amministrazione

E' 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

Prende parte, con parere consultivo, alle adunanze del Consiglio di Amministrazione, ha potere di proposta in materia di erogazione del credito; dà esecuzione alle delibere degli organi sociali secondo le previsioni statutarie; sovrintende allo svolgimento dei servizi secondo le direttive del Consiglio di Amministrazione, assicurando la conduzione unitaria della Società.



Il Consiglio di Amministrazione della BCC di San Marzano di S.G., al 31 dicembre 2003, 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)

Il Collegio Sindacale della BCC di San Marzano di S.G. al 31 dicembre 2003 risulta così composto:

Collegio Sindacale	
Vincenzo Fasano	Presidente
Maria Virginia Andrisano	Sindaco effettivo
Ciro Cafforio	Sindaco effettivo
Cosimo Damiano Miccoli	Sindaco supplente
Giampiero Pagano	Sindaco supplente

## 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, alcuni consolidati, altri in via di perfezionamento.

### 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 Controllo Rischi 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. <sup>1</sup> , 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.

<sup>1</sup>Le 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.



### 1.6.2 Bilancio Sociale

La BCC di S. Marzano di S.G. ha redatto il primo Bilancio Sociale nel 2003, relativamente all'esercizio 2002, allo scopo di raccontare con la propria storia il processo di inserimento e di espansione dell'Istituto nella struttura economico - sociale del territorio di riferimento, avviando nel contempo un dialogo partecipativo con gli stakeholders. A tal proposito per l'anno 2003 è stato rilevato il consenso e le legittime aspettative di miglioramento degli stakeholders.

### 1.6.3 Partecipazioni ed Alleanze

Nel 2003 la Banca ha detenuto partecipazioni in due tipologie di società:

Società del movimento cooperativo	Società locali per lo sviluppo economico - sociale del territorio di riferimento
ICCREA HOLDING CO.SE.BA. FICRA Bari Fondo Garanzia Depositanti BCC	Gruppo di Azione Locale (GAL) del Comprensorio Rurale Ionico

Le alleanze avute dalla Banca nel 2003 hanno interessato Società prodotte nazionali ed internazionali, come riportato nel seguente prospetto.

Alleanze	
	Fondi Comuni di Investimento
	Fondi Comuni di Investimento Fondo Pensionistico Gestioni Patrimoniali
	Leasing strumentale, immobiliare, auto al consumo
	Negoziante contro terzi
	Index linked: Idea Piano Pensionistico United Linked: Autore
	United Linked: Euroattiva, Euro Sviluppa Capitalizzazione: Certezza Piano Pensionistico: Vivere Bene Pensione Index: Dynamic Protection
	Servizio di trading on line
	Findomestic - Prestito personale Carta Aura
	Negoziante proprietà
	Polizze Vita Unit Linked
	Negoziante conto terzi Gestione su base individuale di portafogli d'investimento per c/terzi SICAV
	Prestito - Prestito personale Convenzionamenti esercenti Carta Revolving VITA
	SICAV classe A e B
	Fondo di fondi SICAV Fondi Comuni di Investimento
	Unit Linked: Euras 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

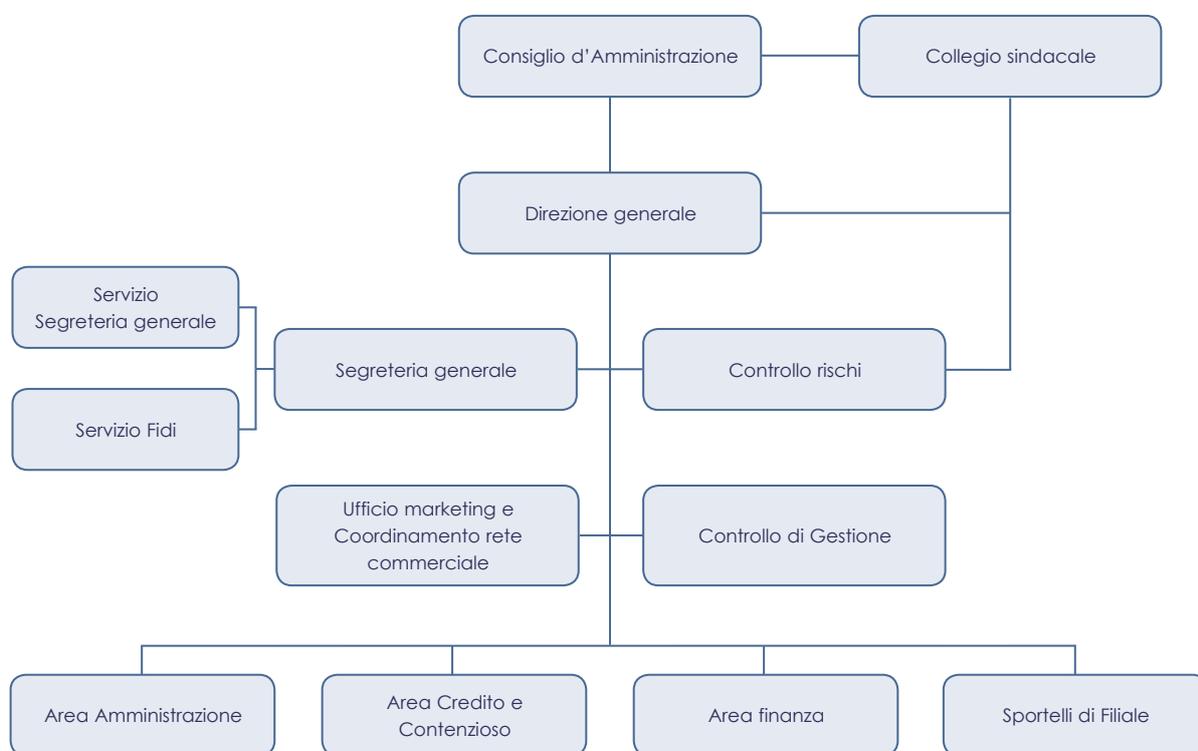


### 1.6.4 Assetto organizzativo

L'organigramma, approvato nel corso del 2003, è stato ulteriormente affinato, al fine di migliorare l'efficacia dei processi gestionali ed operativi e di elevare il livello di efficienza, flessibilità e produttività dei processi.

La principale novità dell'organigramma aziendale è stata l'introduzione dell'Ufficio Marketing, Coordinamento Rete Commerciale.

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



### 1.6.5 Rete Commerciale

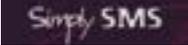
#### Rete Sportelli

Il territorio di operatività, rappresentato da 26 comuni, è coperto attraverso 6 filiali:

-  San Marzano di San Giuseppe (TA)
-  Francavilla Fontana (BR)
-  Grottaglie (TA)
-  Taranto
-  Foggiano (TA)
-  Villa Castelli (BR)

#### Canali Virtuali

La Banca è presente in rete sul sito [www.bccsmarzano.it](http://www.bccsmarzano.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



## 1.7 Disegno strategico

La BCC di San Marzano di S.G., con l'obiettivo di consolidare la propria posizione di Banca di riferimento per il sistema cooperativo delle province di Taranto e Brindisi, ha approntato il nuovo Piano Strategico per il triennio 2002-2004.

### Obiettivi strategici 2002-2004

- Allargare e qualificare la compagine sociale
- Attrarre nuova clientela e ampliare l'offerta di prodotti e servizi innovativi
- Puntare sulla professionalità degli operatori per consolidare la struttura organizzativa esistente e renderla più solida, efficace ed efficiente

Poiché, già nel corso del 2003, sono stati raggiunti e superati gli obiettivi del piano strategico 2002-2004, si è incominciato ad approntare il nuovo piano con largo anticipo.

## 1.8 Piano programmatico

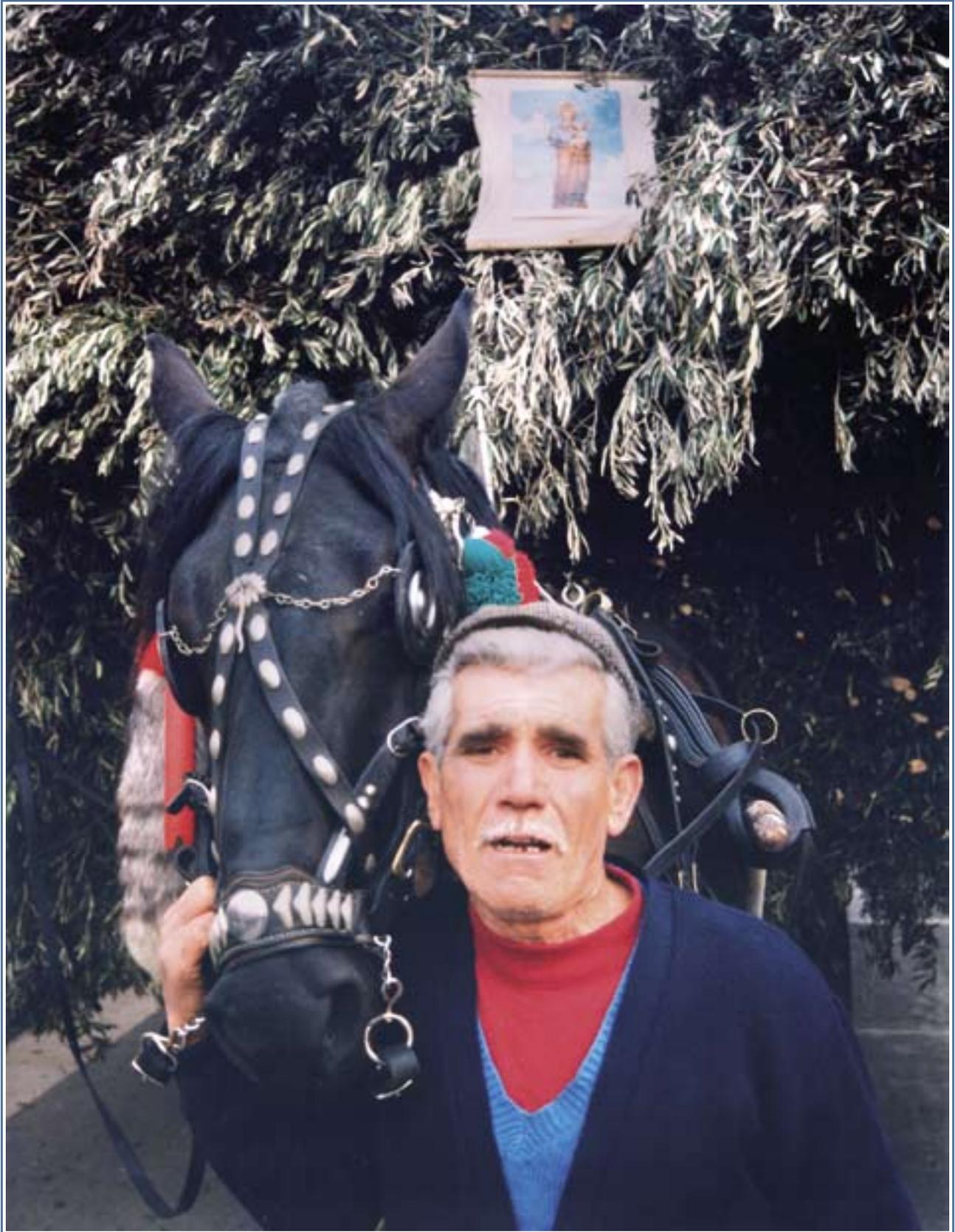
Le linee politiche attraverso le quali la BCC di San Marzano di S.G. intende perseguire gli obiettivi delineati nel Piano Strategico 2002-2004 sono di seguito riportate, unitamente alla valutazione circa lo stato di attuazione delle politiche definite nel piano programmatico pubblicato nel Bilancio Sociale 2002.

Piano Programmatico

Aree funzionali	Linee politiche	Valutazione stato attuazione
Personale	<ul style="list-style-type: none"> <li>Puntare sulla formazione continua per migliorare costantemente la professionalità di tutti i dipendenti</li> </ul>	★★
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Assumere nuove unità con contratti di lavoro a tempo determinato, formazione lavoro, interinali</li> </ul>	★★★
Organizzazione	<ul style="list-style-type: none"> <li>Migliorare in maniera continua sia i processi interni che i sistemi di supporto alle decisioni aziendali</li> </ul>	★★
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aprire almeno una nuova filiale</li> </ul>	★★★
Approvvigionamenti e Partnership	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promuovere ipotesi di aggregazione con consorelle</li> </ul>	★
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sviluppare accordi commerciali con strutture bancarie del nord Italia</li> </ul>	★★★
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Migliorare continuamente i rapporti con le società prodotte di ICCREA Holding</li> </ul>	★★
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sviluppare accordi con le migliori società prodotte presenti sul mercato al fine di completare l'offerta di prodotti finanziari d'avanguardia</li> </ul>	★★★
Amministrazione	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incrementare l'efficienza dei controlli interni</li> </ul>	★★
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Attivare i controlli di terzo livello</li> </ul>	★★★
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incrementare la compagine sociale</li> </ul>	★★
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acquisire nuova clientela attraverso prodotti e servizi di qualità</li> </ul>	★★★
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Monitorare e aumentare la customer satisfaction</li> </ul>	★★
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Varare un "pacchetto soci" completo e personalizzato, capace di garantire sempre più vantaggi distintivi per la compagine sociale</li> </ul>	★★
Comunicazione	<ul style="list-style-type: none"> <li>Migliorare la conoscenza, a livello locale, del Sistema del Credito Cooperativo</li> </ul>	★★★
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Favorire la diffusione della cultura finanziaria attraverso i mezzi di informazione locali</li> </ul>	★★★
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perfezionare gli standard di comunicazione con tutti gli stakeholder attraverso il processo di Bilancio Sociale</li> </ul>	★★

Legenda:

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



San Marzano di S.G.: processione della fascina, festa patronale di S. Giuseppe

## 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 dell'Istituto 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			
	2001	2002	2003
Totale attivo	114.213.323	124.999.171	140.375.519
Impieghi finanziari complessivi (clientela e banche)	71.661.674	71.778.950	78.333.243
Raccolta diretta della clientela	96.272.054	109.494.513	123.467.086
Patrimonio netto	10.133.161	11.088.447	12.031.111
Crediti verso clientela	40.076.036	50.453.084	63.204.614
Margine di interesse	3.761.501	4.628.246	4.733.387
Margine di intermediazione	5.346.383	6.109.581	6.257.692
Ricavi netti da servizi	810.614	1.015.966	1.135.799
Spese amministrative	3.232.728	3.920.204	4.392.956
Risultato lordo di gestione (rif.mod. ABI/IBS bil.sociale)	2.113.655	2.189.377	1.864.736
Risultato netto	741.926	928.073	947.065

I dati in continua crescita evidenziano la capacità della Banca di realizzare programmi sostenibili di sviluppo di medio-lungo periodo; in particolare il risultato netto del 2003 ha registrato un incremento del 2,05% rispetto al dato del 2002.

### 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/Raccolta diretta da clientela

Patrimonio/Impieghi al lordo delle svalutazioni

#### 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

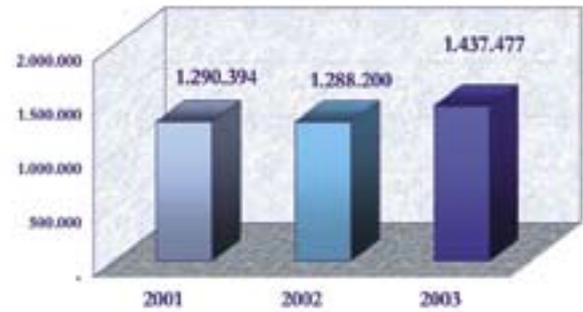
Spese amministrative/Margine di intermediazione



**A. Indici di efficienza del personale**

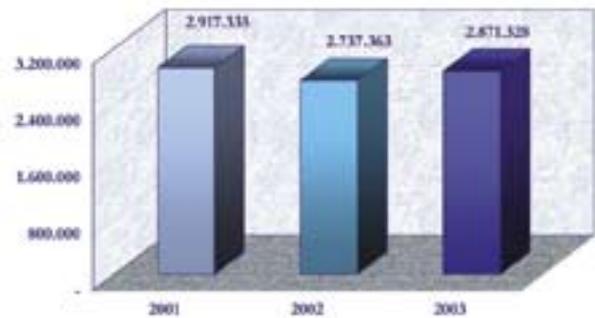
Impieghi a clientela / Numero dipendenti			
Anno	Impieghi a clientela <i>(al lordo delle svalutazioni e al netto del prestito titoli)</i>	Numero medio dipendenti	Ratio
2001	42.583.000	33	1.290.394
2002	51.528.000	40	1.288.200
2003	61.811.492	43	1.437.477

Impieghi al lordo delle svalutazioni per dipendente



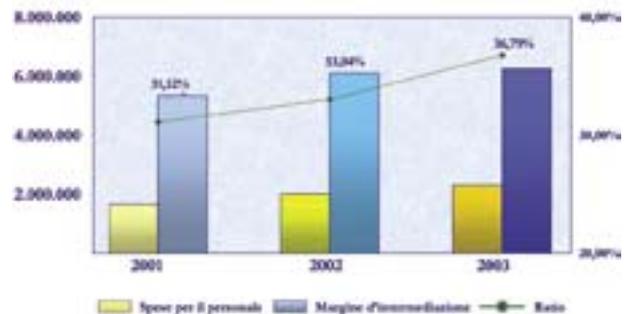
Raccolta diretta da clientela / Numero dipendenti			
Anno	Raccolta diretta da clientela <i>(escluse operazioni PCT e prestito titoli)</i>	Numero medio dipendenti	Ratio
2001	96.272.054	33	2.917.335
2002	109.494.513	40	2.737.363
2003	123.467.086	43	2.871.328

Raccolta diretta da clientela / Numero dipendenti



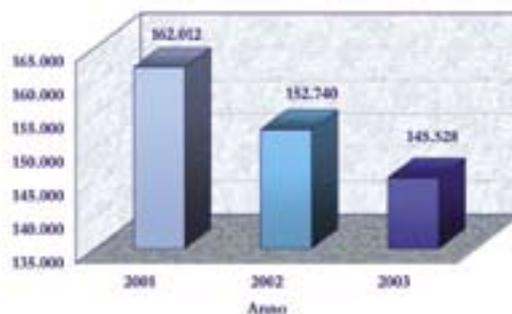
Spese per il personale / Margine d'intermediazione			
Anno	Spese per il personale	Margine d'intermediazione	Ratio
2001	1.663.669	5.346.383	31,12%
2002	2.018.847	6.109.581	33,04%
2003	2.302.222	6.257.692	36,79%

Spese per il personale / Margine d'intermediazione



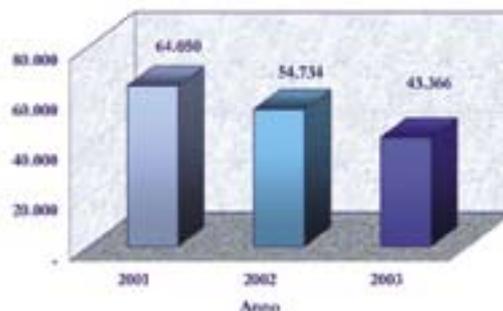
Margine d'intermediazione / N. medio dipendenti			
Anno	Margine d'intermediazione	Numero medio dipendenti	Ratio
2001	5.346.383	33	162.012
2002	6.109.581	40	152.740
2003	6.257.692	43	145.528

Margine d'intermediazione / N. medio dipendenti



Risultato lordo per dipendente			
Anno	Risultato lordo	Numero medio dipendenti	Ratio
2001	2.113.655	33	64.050
2002	2.189.377	40	54.734
2003	1.864.736	43	43.366

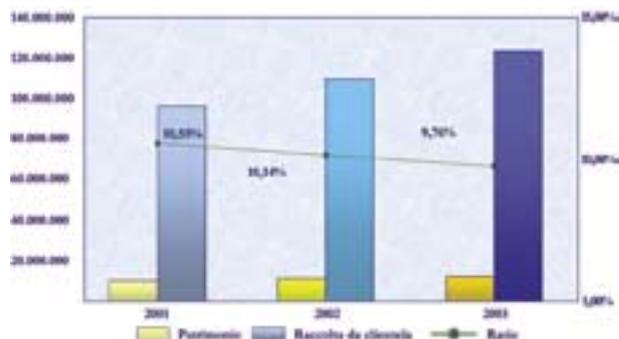
Risultato lordo per dipendente



### B. Indici patrimoniali

Patrimonio netto / Raccolta da clientela			
Anno	Patrimonio (incluso f.do Rischio Bancari Generali)	Raccolta da clientela (escluse operazioni PCT e prestito titoli)	Ratio
2001	10.159.897	96.272.054	10,55%
2002	11.105.899	109.494.513	10,14%
2003	12.053.442	123.467.086	9,76%

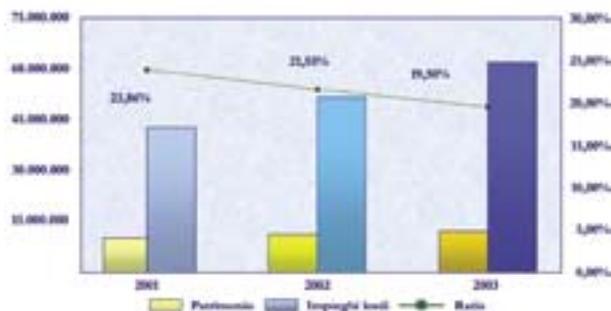
Patrimonio netto / Raccolta da clientela





Patrimonio netto / impieghi al lordo svalutazioni			
Anno	Patrimonio (incluso f.do Rischii Bancari Generali)	Impieghi a clientela (al lordo delle svalutazioni e al netto del prestito titoli)	Ratio
2001	10.159.897	42.583.000	23,86%
2002	11.105.899	51.528.000	21,55%
2003	12.053.442	61.811.492	19,50%

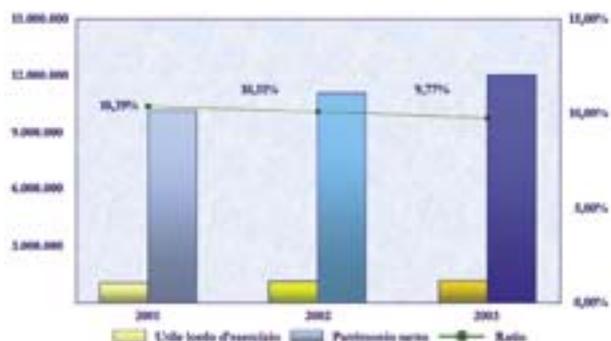
Patrimonio netto / impieghi al lordo svalutazioni



C. Indicatori di profilo reddituale

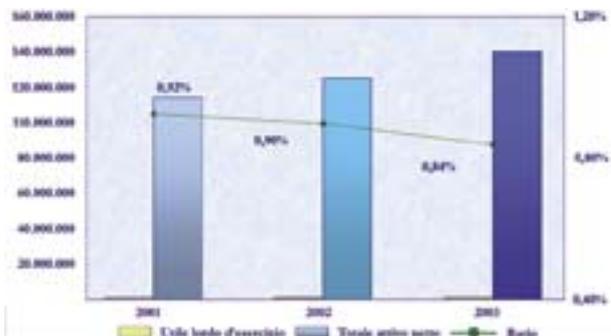
R.O.E.			
Anno	Utile lordo d'esercizio	Patrimonio netto	Ratio
2001	1.056.107	10.159.897	10,39%
2002	1.122.513	11.105.899	10,11%
2003	1.177.030	12.053.442	9,77%

R.O.E.



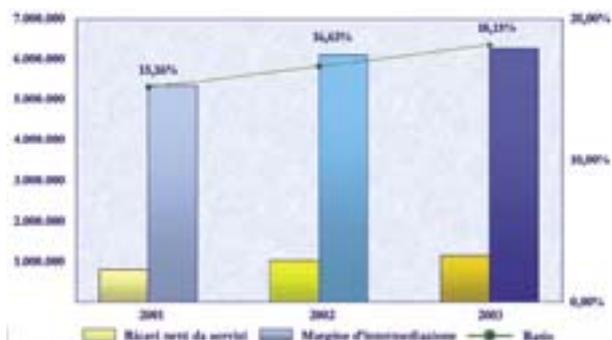
R.O.A.			
Anno	Utile lordo d'esercizio	Totale attivo netto	Ratio
2001	1.056.107	114.213.323	0,92%
2002	1.122.513	124.999.171	0,90%
2003	1.177.030	140.375.519	0,84%

R.O.A.



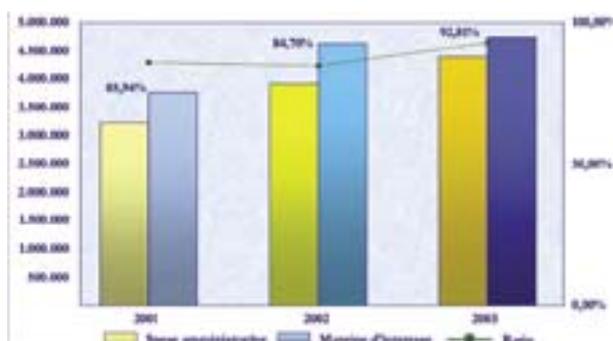
Ricavi netti da servizi / Margine d'intermediazione			
Anno	Ricavi netti da servizi	Margine d'intermediazione	Ratio
2001	810.614	5.346.383	15,16%
2002	1.015.966	6.109.581	16,63%
2003	1.135.799	6.257.692	18,15%

Ricavi netti da servizi / Margine d'intermediazione



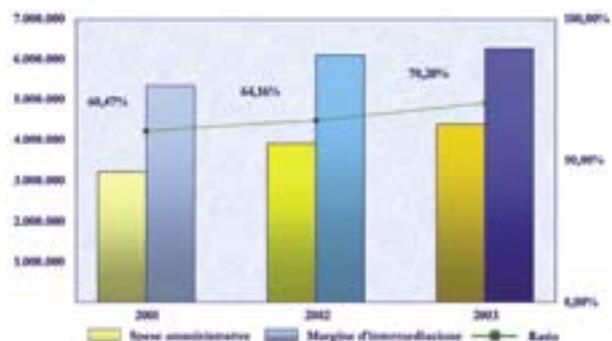
Spese amministrative / Margine d'interesse			
Anno	Spese amministrative	Margine d'interesse	Ratio
2001	3.232.728	3.761.501	85,94%
2002	3.920.204	4.628.246	84,70%
2003	4.392.956	4.733.387	92,81%

Spese amministrative / Margine d'interesse



Spese amministrative / Margine d'intermediazione			
Anno	Spese amministrative	Margine d'intermediazione	Ratio
2001	3.232.728	5.346.383	60,47%
2002	3.920.204	6.109.581	64,16%
2003	4.392.956	6.257.692	70,20%

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			
	2001	2002	2003
Ricavi			
Interessi attivi e proventi assimilati	5.868.122	6.541.691	6.537.932
Commissioni attive	976.252	1.169.067	1.339.160
Altri ricavi:			
- dividendi e altri proventi	18.883	67.386	41.966
- profitti netti da operazioni finanziarie	192.146		
- altri proventi di gestione	601.005	696.810	701.538
<b>1. TOTALE PRODUZIONE LORDA</b>	<b>7.656.408</b>	<b>8.474.954</b>	<b>8.620.596</b>
Consumi			
Interessi passivi e oneri assimilati	-2.125.504	-1.980.831	-1.846.511
Commissioni passive	-184.521	-220.487	-245.327
Perdite nette da operazioni finanziarie		-164.055	-271.066
Altre Spese amministrative (1)	-1.275.778	-1.532.448	-1.660.222
Rettifiche/Riprese di valore su crediti	-592.200	-517.494	-132.840
Accantonamenti per rischi ed oneri	-62.221	-58.474	-75.977
Accantonamenti ai fondi rischi su crediti	-5.572	-4.520	-21.396
<b>2. TOTALE CONSUMI</b>	<b>-4.245.796</b>	<b>-4.478.309</b>	<b>-4.253.339</b>
<b>3. VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO</b>	<b>3.410.612</b>	<b>3.996.645</b>	<b>4.367.257</b>
Componenti straordinari:			
- proventi straordinari	55.128	83.124	94.495
- oneri straordinari	-75.035	-135.288	-128.648
<b>4. VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO</b>	<b>3.390.705</b>	<b>3.944.481</b>	<b>4.333.104</b>
Ammortamenti	-377.648	-434.212	-423.340
<b>5. VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO</b>	<b>3.013.057</b>	<b>3.510.269</b>	<b>3.909.764</b>
Costo del lavoro:			
- diretto	-1.387.103	-1.674.709	-1.879.278
- indiretto	-276.566	-344.138	-422.944
Costo del personale non dipendente	-82.557	-78.706	-111.916
Elargizioni e liberalità	-9.724	-52.203	-38.504
Imposte e tasse indirette e patrimoniali	-201.000	-238.000	-280.092
<b>6. RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE</b>	<b>1.056.107</b>	<b>1.122.513</b>	<b>1.177.030</b>
Variazione del Fondo Rischi Bancari Generali			
Imposte sul reddito d'esercizio	-314.181	-194.440	-229.965
<b>7. RISULTATO DI ESERCIZIO</b>	<b>741.926</b>	<b>928.073</b>	<b>947.065</b>

(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

	2001	2002	2003
1. RICAVI	7.656.408	8.474.954	8.620.596
2. CONSUMI	-4.245.796	-4.478.309	-4.253.339
COMPONENTI STRAORDINARIE NETTE	-19.907	-52.164	-34.153
3. VALORE AGGIUNTO GLOBALE	3.390.705	3.944.481	4.333.104
4. VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	3.390.705	3.944.481	4.333.104
Ripartito tra:			
A. RISORSE UMANE	1.746.226	2.097.553	2.414.138
Costo del personale dipendente:			
- diretto	1.387.103	1.674.709	1.879.278
- indiretto	276.566	344.138	422.944
Costo del personale non dipendente			
B. SISTEMA ENTI / ISTITUZIONI (AMMINISTRAZIONE CENTRALE E PERIFERICHE)	515.181	432.440	510.057
Imposte e tasse indirette e patrimoniali	201.000	238.000	280.092
Imposte sul reddito dell'esercizio	314.181	194.440	229.965
di cui:			
- Amministrazione centrale	352.181	270.440	270.440
- Autonomie locali	163.000	162.000	162.000
C. COMUNITA' LOCALE	9.724	52.203	38.503
Elargizioni e liberalità	9.724	52.203	38.504
D. PROMOZIONE DELLA COOPERAZIONE	6.677	8.352	8.351
Fondo mutualistico per lo sviluppo della cooperazione	6.677	8.352	8.351
E. PATRIMONIO PER LO SVILUPPO LOCALE	1.112.897	1.353.933	1.362.054
Riserve non distribuite e variazione del Fondo Rischi bancari generali	735.249	919.721	938.714
Ammortamenti	377.648	434.212	423.340
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	3.390.705	3.944.481	4.333.103

I dati dell'esercizio 2003 evidenziano che:

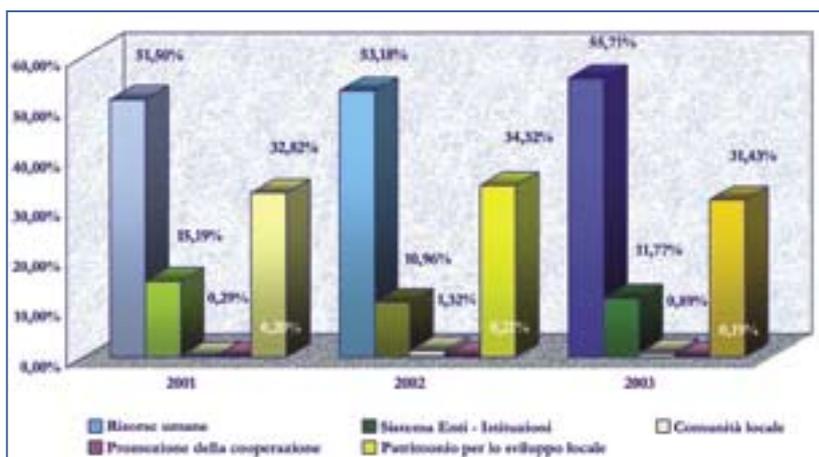
- il 55.71% del valore aggiunto è attribuito al **personale dipendente** (salari e stipendi 1.613 mila euro, oneri sociali 423 mila euro, TFR 62 mila euro, Fondo di previdenza di categoria 97 mila euro ed altre spese 107 mila euro, in quest'ultima voce sono compresi buoni pasto, cassa mutua, rimborsi spese e assicurazioni) e **non dipendente** (compensi ad Amministratori e Sindaci per 62 mila euro, a lavoratori interinali per 41 mila euro ed a tirocinanti per formazione lavoro 8 mila euro);



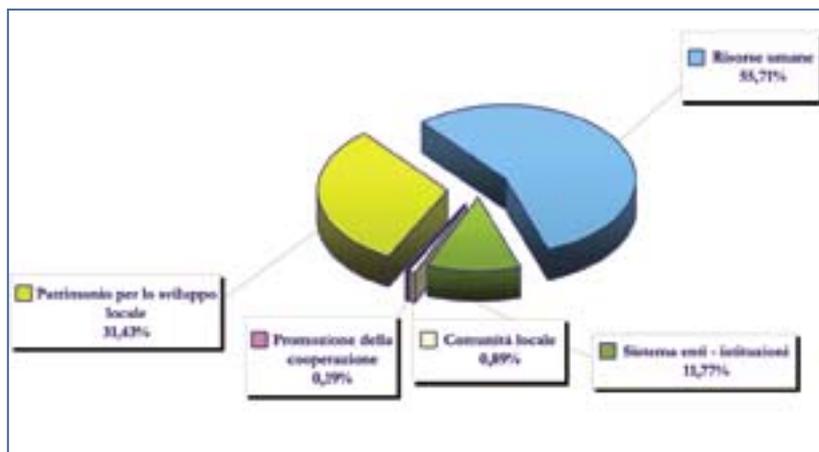
- il 31,43% (1.362 mila euro) è di pertinenza del **patrimonio per lo sviluppo locale**: si tratta di ammortamenti e accantonamenti a riserve che, nel migliorare il grado di patrimonializzazione della Banca, garantiscono un'autonomia societaria e gestionale e consentono di investire in progetti di miglioramento futuro;
- il 11,77% (510 mila euro) è attribuito al **sistema Enti e Istituzioni** sotto forma di imposte e tasse;
- lo 0,89% (39 mila euro) è assegnato alla **comunità locale** per finalità filantropiche sotto forma di liberalità esterne ed altre iniziative a scopo socio-culturale;
- lo 0,19% (8 mila euro) è attribuito al **sistema cooperativo** per la promozione dello stesso.

A chiusura dell'esercizio 2003 il Valore aggiunto globale lordo ha fatto registrare un incremento del 9,85% rispetto all'anno precedente per un totale di 4.333 mila euro.

Distribuzione del valore aggiunto



Distribuzione del valore aggiunto nel 2002





Premiazione socio più anziano: Sig. Rochira Lorenzo



### 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)

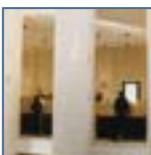
La BCC di San Marzano punta da sempre sulle risorse umane per realizzare gli obiettivi aziendali, attraverso

- 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. Questa ricerca esterna non prescinde dal considerare le legittime aspirazioni di crescita professionale del personale già in organico.

*Nel 2003 sono stati assunti 7 impiegati per potenziare l'organico delle filiali di nuova apertura e degli uffici centrali, cui si sono aggiunti 2 contratti di collaborazione coordinata e continuativa.*



	2001	2002	2003
Numero Curricula	28	128	140
Numero Assunzioni	11	5	7



Tipologia dei contratti di assunzione			
	2001	2002	2003
Numero Contratti di formazione lavoro	3	2	3
Numero Contratti a tempo determinato	1	2	4
Numero Contratti a tempo indeterminato	7	1	0
Totale	11	5	7

### 3.1.3 Composizione del personale

Il personale dipendente in servizio alla data del 31 dicembre 2003 è pari a 45 unità (4 unità in più rispetto all'anno precedente).

L'età media del personale è di 37,8 anni

#### Lavoratori interinali

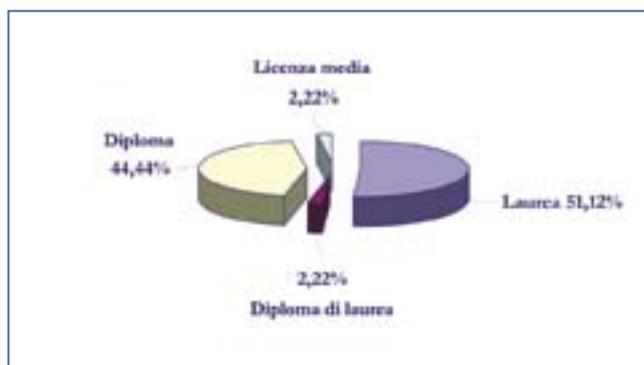
Nel 2003 sono stati sottoscritti 5 contratti ex Legge n.196/97 (lavoro interinale) per soddisfare esigenze di carattere transitorio, legate prevalentemente al potenziamento del front-office nelle filiali.

I lavoratori interinali hanno coperto nell'anno 2003 complessivamente 1.665 ore di lavoro.

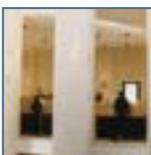
Suddivisione del personale per fascia d'età						
Fascia d'età	2001		2002		2003	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
< 30	4	2	2	3	3	2
30-35	9	4	9	5	9	8
36-40	8	1	9	2	9	2
41-45	3	1	4		4	
46-50	3		2	1	3	1
50	3		4		4	
Totale (al 31 dicembre)	30	8	30	11	32	13

#### Titolo di studio del dipendente al 31 dicembre 2003

Il 51% del totale del personale dipendente è laureato (prevalentemente in discipline economiche).



Anno 2003										
Titolo di studio	Dirigenti		Quadri direttivi		Impiegati		Commessi/ausiliari		Totali	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Laurea	1		6		9	7			16	7
Diploma di laurea					1				1	
Diploma			2	1	12	4	1		15	5
Licenza media							1		1	
Totale (al 31 dicembre)	1		8	1	22	11	2		33	12



La suddivisione del personale per inquadramento è la seguente:

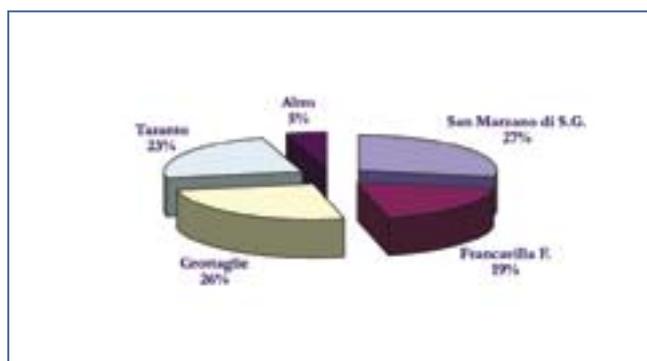
Suddivisione del personale per inquadramento				
Qualifica		2001	2002	2003
Dirigenti	Uomini	1	1	1
	Donne			
Quadri Direttivi	Uomini	8	8	8
	Donne	1	1	1
Impiegati	Uomini	19	19	22
	Donne	8	10	11
Commessi / Ausiliari	Uomini	1	1	2
	Donne			
Totale (al 31 dicembre)		38	41	45

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
	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	
< 5 anni	0	4	0	16	8	2	0	30
6-10 anni	0	4	0	6	2	0	0	13
11-15 anni	0	0	0	0	1	0	0	1
16-20 anni	0	0	0	0	0	0	0	0
20-25 anni	0	0	1	0	0	0	0	1
Totale (al 31 dicembre)	0	8	1	22	11	2	0	45

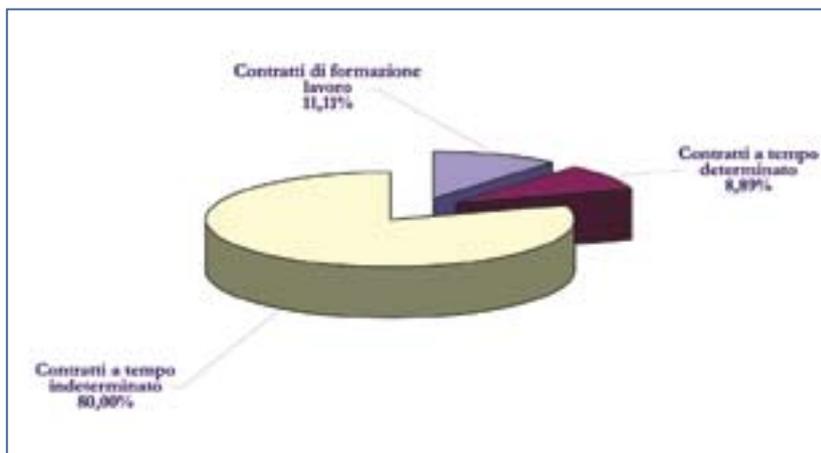
Come si evince dal grafico, il personale è espressione del territorio di competenza, infatti risiede esclusivamente nelle province di Taranto e Brindisi.

Comuni di residenza dei dipendenti nel 2003

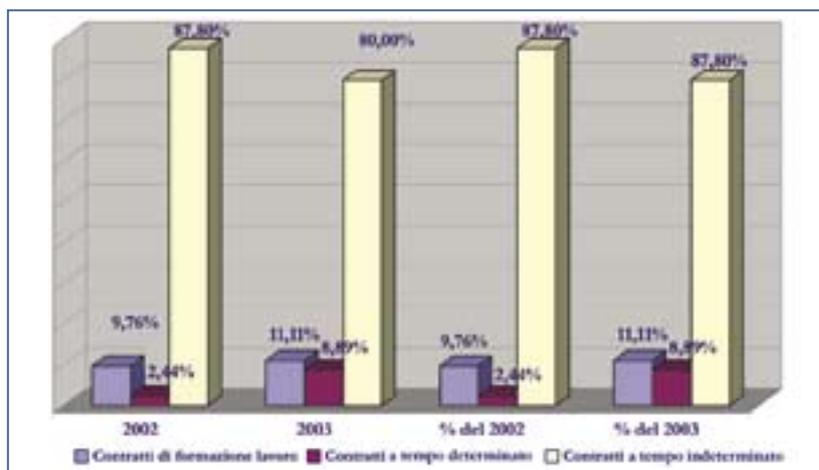


La suddivisione per tipologia di contratto mostra una prevalenza di rapporti a tempo indeterminato.

Segmentazione dei dipendenti al 31 dicembre 2003 per tipologia di contratto

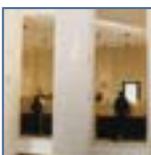


Confronto segmentazione dipendenti anni 2002 - 2003



### 3.1.4 Turnover

Al 31 dicembre 2003 il numero dei dipendenti è pari a 45 unità, 4 in più rispetto all'anno precedente. In particolare, a fronte di 7 assunzioni effettuate nel 2003, si registra l'uscita di 3 unità per scadenza del contratto di lavoro a tempo determinato.

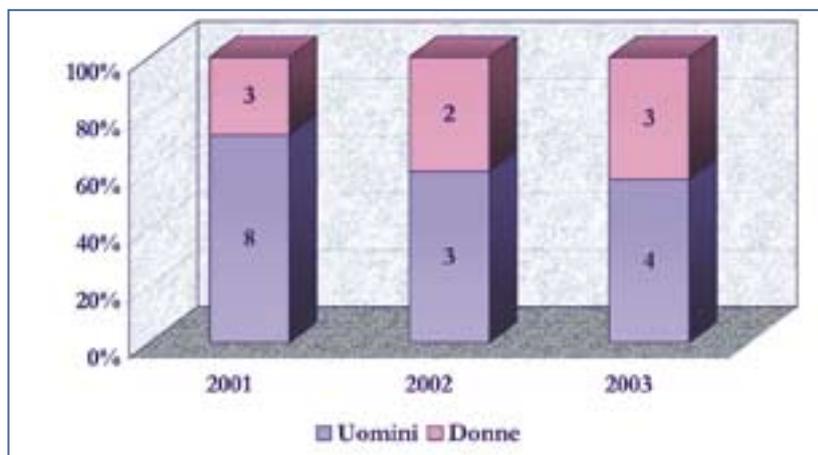


### 3.1.5 Politiche di pari opportunità

Nel 2003 risulta ancora prevalente la componente maschile nell'organico della Banca, mentre la percentuale della presenza femminile, si è attestata al 26,66% (pressoché invariata rispetto al 2002 del 26,83%).

Nel 2003 il 43% delle assunzioni ha interessato le donne.

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 2003 si è consolidato l'utilizzo della rete telematica "Intranet" e della posta elettronica per portare a conoscenza di tutto il personale, in tempo reale e in modo capillare, le circolari operative, gli ordini di servizio e le 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.

### 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 7 dicembre 2000.

Presso la BCC di San Marzano di S.G. il tasso di sindacalizzazione nel 2003 è salito al 54% (contro il 37% del 2002), attestandosi così ai livelli medi di settore in ambito locale.

### 3.1.8 Conflittualità sindacale

Nel 2003 le giornate di assenza per sciopero sono state causate dall'adesione ad uno sciopero nazionale, 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			
	2001	2002	2003
Sciopero		101	11
Permessi sindacali	9,5	15	21
<b>Totale</b> (al 31 dicembre)	9,5	116	32

### 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 2003, ha realizzato complessivamente 332 ore di formazione in aula (rivolte a quadri e impiegati) previste dal programma formativo pianificato in accordo con l'Associazione delle BCC di Puglia e Basilicata.

Ore di formazione per qualifica professionale				
Qualifica		2001	2002	2003
Dirigenti	Numero partecipazioni	1	1	0
	Numero ore	8	8	0
Quadri Direttivi	Numero partecipazioni	3	9	11
	Numero ore	40	500	104
Impiegati	Numero partecipazioni	11	27	18
	Numero ore	296	1.104	528
<b>Totale</b> (al 31 dicembre)	<b>Numero partecipazioni</b>	15	37	29
	<b>Numero ore</b>	344	1.612	632

L'elevato numero di ore registrato nel 2002 è dovuto a corsi di formazione di base rivolti a tutto il personale. Nel 2003 di contro 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 2003 sono proseguiti i corsi sulla gestione del rischio di credito per un totale di 300 ore, organizzati già dal 2002 presso la sede centrale e rivolti agli addetti fidi centrali e di filiale.



Tipologia di formazione (in ore)			
	2001	2002	2003
Base	160	144	132
Manageriale		88	48
Specialistica	184	1.380	512
<b>Totale</b> (al 31 dicembre)	<b>344</b>	<b>1.612</b>	<b>632</b>

### 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 2003, 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.

Nel 2003 si sono avuti due passaggi di carriera per un quadro direttivo e per un impiegato di 3° area professionale, dal 1° a 2° livello retributivo.

### 3.1.11 Sistemi di remunerazione e lavoro straordinario

Accanto alla retribuzione prevista dal CCNL, l'Azienda ha sviluppato un sistema incentivante correlato al raggiungimento di obiettivi prefissati. Inoltre, tutti i dipendenti beneficiano dei ticket pasto e di condizioni bancarie agevolate.

Retribuzione del personale (in migliaia di euro)			
	2001	2002	2003
Spese per il personale			
Salari e stipendi	1.193	1.430	1.613
Oneri sociali	277	344	423
Tattamento di fine rapporto	53	60	62
Tattamento di quiescenza e simili		92	97
Altre spese per il personale	141	93	107
<b>Totale</b> (al 31 dicembre)	<b>1.664</b>	<b>2.019</b>	<b>2.302</b>

Nel 2003 l'utilizzo di lavoro straordinario è diminuito del 16,5% rispetto all'anno precedente. Tale leggera flessione, rispetto all'anno precedente, è stata determinata dall'aumento del numero dei dipendenti, che ha consentito una più equa distribuzione delle mansioni.

Lavoro straordinario per qualifica professionale (dati in ore)				
Qualifica		2001	2002	2003
Impiegati	Uomini	291	386	277
	Donne	171	175	169
Commessi / Ausiliari	Uomini	64	53	67
	Donne			
<b>Totale</b>		<b>526</b>	<b>614</b>	<b>513</b>

### 3.1.12 Sicurezza e salute sul luogo di lavoro

Nel 2003 sono stati effettuati diversi interventi per migliorare gli ambienti di lavoro, tra i quali si segnalano i seguenti:

- graduale sostituzione dei vecchi monitor con più moderni e funzionali a cristalli liquidi: al 31 dicembre il 65% delle postazioni lavoro sono state adeguate;
- installazione di corpi illuminanti con emissione di luce adatta al lavoro in ufficio;
- adeguamento degli impianti di condizionamento per garantire il corretto ricambio d'aria;
- adeguamento dell'impianto elettrico delle singole postazioni di lavoro.

Particolare cura, inoltre, è stata posta per salvaguardare i collaboratori ed ovviamente i clienti da possibili atti criminosi. A tal fine sono stati adeguati impianti e strutture con i più moderni strumenti antirapina.

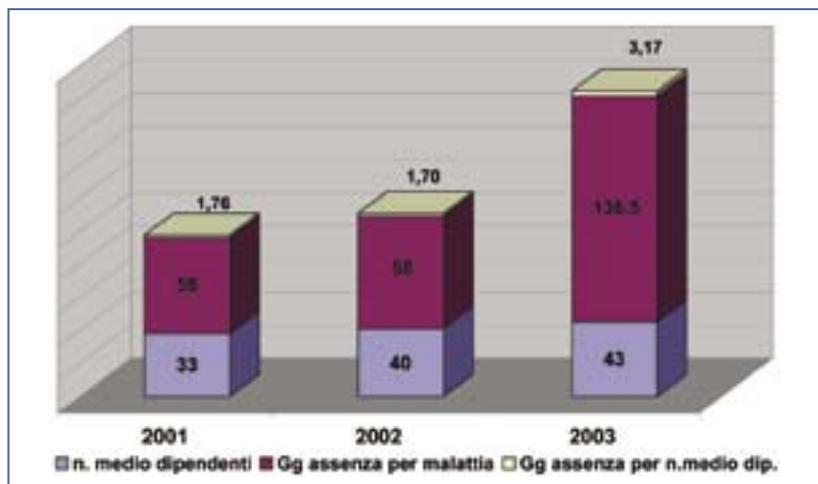
Nel 2003 si è verificata una sola assenza di un dipendente per infortunio sul posto di lavoro.

### 3.1.13 Contenzioso e litigiosità

Anche nel 2003 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





## 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:

- 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



Presentazione ai soci del Bilancio sociale 2002

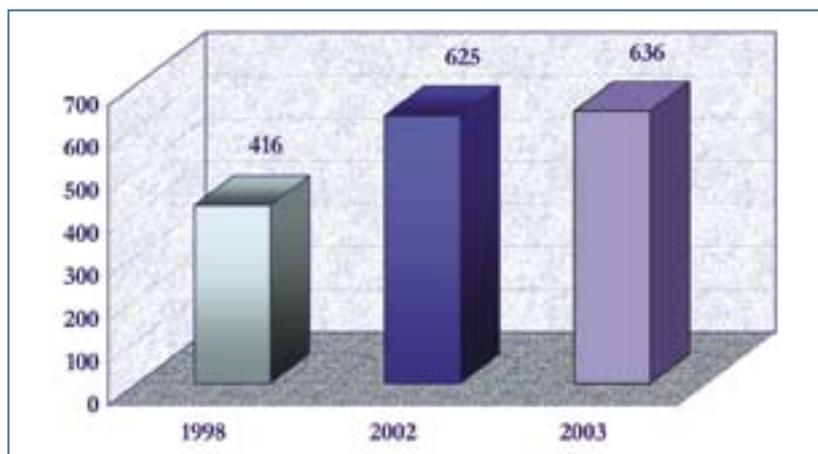
### 3.2.2 Segmentazione dei soci per categorie

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).

Nel 2003 il numero dei soci è cresciuto di 11 unità (+1,76%) rispetto all'anno precedente.

L'incremento numerico e la diversificazione dei soci, avvenuti negli ultimi anni, sono frutto della riforma della Legge Bancaria del 1993, che ha svincolato le Banche di Credito Cooperativo – Casse Rurali dall'obbligo di reclutamento dei soci quasi esclusivamente dalla categoria degli agricoltori e degli artigiani, adeguando in tal modo le compagini sociali alla reale composizione delle economie locali.

Evoluzione del numero di soci

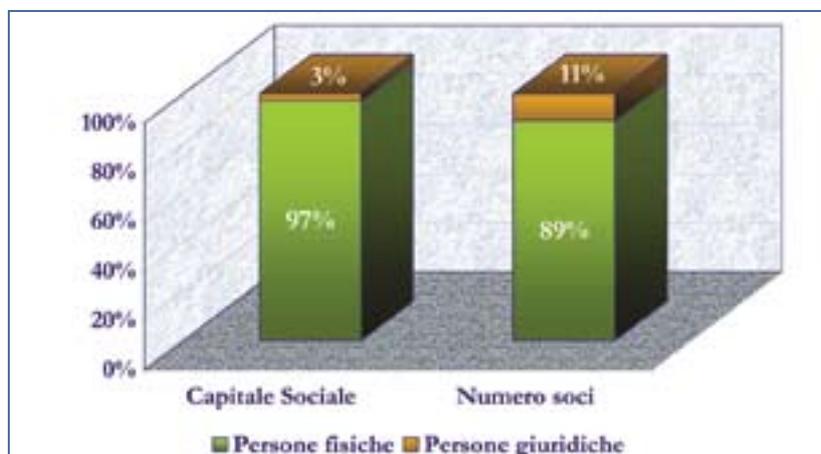


### 3.2.3 Composizione percentuale dei soci e del capitale sociale

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 nove persone fisiche e due 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

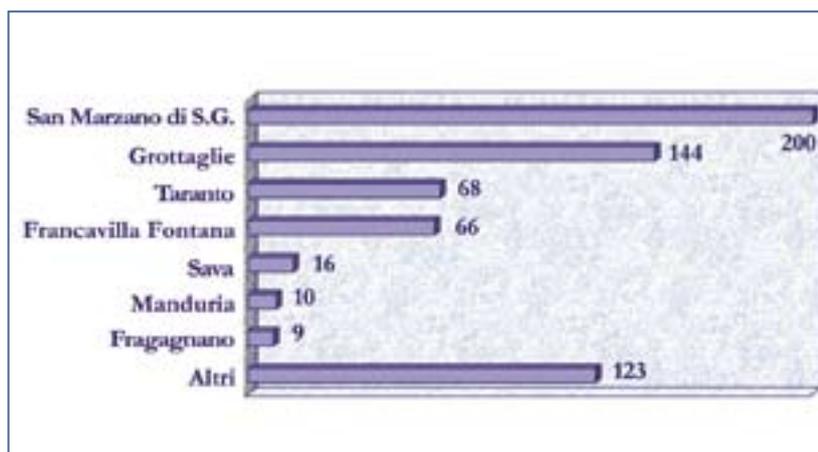


I **soci - dipendenti** della Banca detengono complessivamente 489 azioni, pari al 3,53% del capitale sociale.

I **soci - amministratori** della Banca detengono complessivamente 772 azioni, pari al 5,58% del capitale sociale.

I soci sono prevalentemente residenti nei Comuni di operatività.

### Numero soci per Comune di residenza

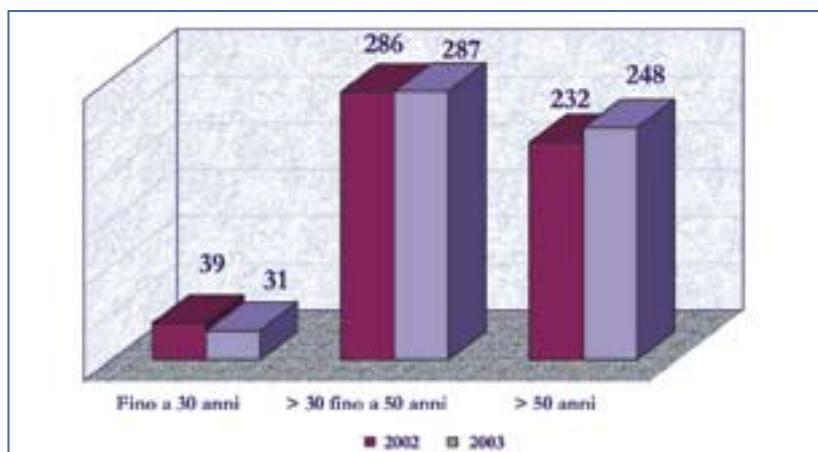


Gli altri comuni di residenza sono:

Pulsano, Crispiano, Monteiasi, Montemesola, San Giorgio Jonico, Martina Franca, Villa Castelli, Maruggio, Faggiano, Lizzano, Carosino, Torricella, Latiano.

Rispetto all'anno 2002 si registra un aumento del 6,90% dei soci di età superiore ai 50 anni, ed una riduzione del 20,51% dei soci aventi età superiore ai 30 anni, pressoché invariato rimane invece il numero 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 2003, il capitale sociale ammonta a 71.393,76 euro. Le azioni sottoscritte sono in totale 13.836.

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 mantiene piuttosto contenuta (112 euro), 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. Le assemblee sociali, generalmente, si sono concluse 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.

### 3.2.6 Servizi ed agevolazioni riservate ai soci

Di seguito sono evidenziati alcuni vantaggi assicurati ai soci nel 2003

Servizi e agevolazioni riservate ai soci	
Sostegno sociale	Nel 2003 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 	<b>Erogazione del credito</b> Nel 2003 il 28% del credito complessivo erogato dalla Banca ha riguardato i soci, con tassi agevolati in relazione alle varie forme tecniche. <b>Altre condizioni vantaggiose</b> 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.
Diffusione dell'informazione e promozione della partecipazione 	<b>Assemblea dei soci</b> La Banca ha investito nel 2003 13.250 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. <b>Segreteria Generale</b> 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.

3.2.7 Investor relations

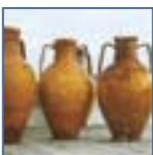
All'interno del sito internet [www.bccsmarzano.it](http://www.bccsmarzano.it) è presente "Area Soci", dove ogni socio può scaricare lo Statuto Sociale, il Bilancio, la Carta dei Valori e può ottenere altre informazioni utili.

Sito [www.bccsanmarzano.it](http://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 2003 la politica di gestione del rapporto con il cliente ha privilegiato i seguenti aspetti:

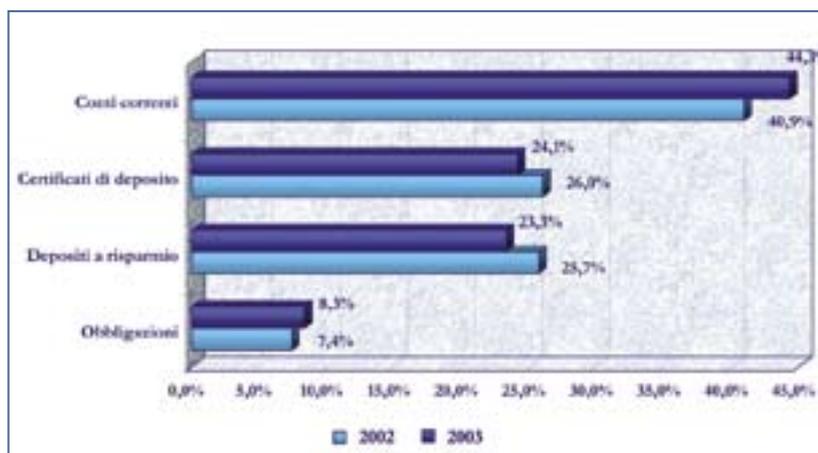
- ampliamento delle modalità di contatto con la clientela, affiancando ai canali tradizionali quelli più innovativi
- segmentazione della clientela al fine di individuare le caratteristiche / necessità della stessa

### 3.3.2 Caratteristiche ed analisi della clientela

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

Il 2003 ha registrato una crescita sia del numero dei clienti che del totale della raccolta, confermando il consolidamento della fiducia riposta dai clienti nella Banca.

Composizione percentuale dei depositi



Nel corso dell'anno, 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.

Le obbligazioni emesse dalla Banca hanno ottenuto un successo incoraggiante e hanno affiancato le 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 (RAS, Commercial Union, ecc.).

La tabella seguente riporta il totale dei prodotti per conto terzi collocati nel 2003.

Dati in migliaia di euro	2002	2003	Variazioni %
Offerta alla clientela di prodotti assicurativi di terzi a contenuto finanziario	883	1270	43,83%
Offerta alla clientela di quote di Organismi di Investimento Collettivo del Risparmio	4.005	5.679	41,80%

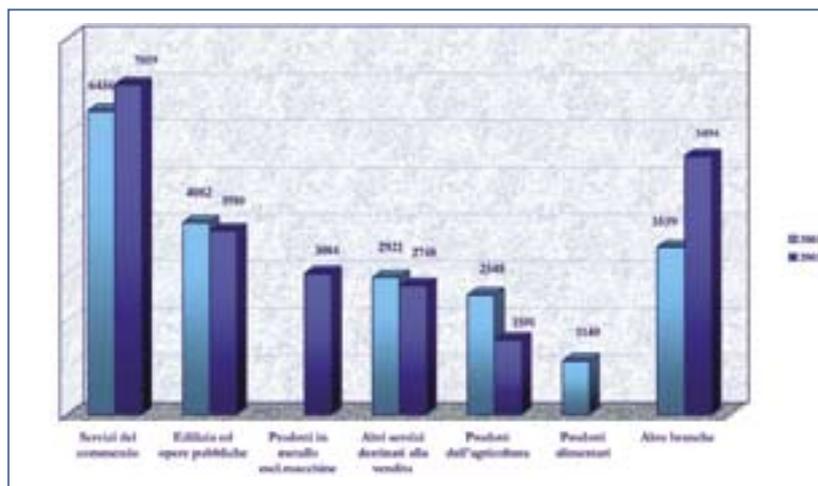


### Come la BCC di San Marzano di S.G. impiega il denaro per i clienti

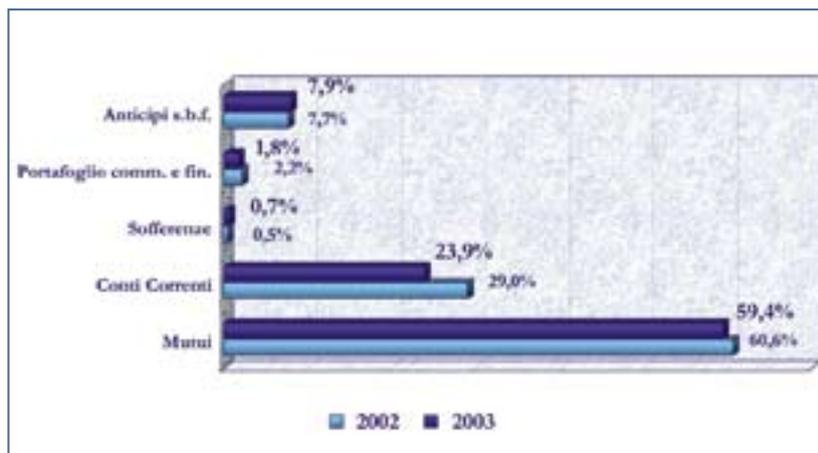
Gli impieghi della Banca sono storicamente concentrati nel territorio di riferimento, secondo una logica tesa a favorire lo sviluppo dell'economia locale e a limitare il dirottamento del risparmio verso altre piazze più interessanti.

Anche nel 2003 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 2003 la politica di marketing development della Banca ha seguito quattro canali di sviluppo.

Marketing development	
Ampliamento della presenza sul territorio	<b>Aperta la filiale di Villa Castelli.</b> Aperto un Ufficio di Tesoreria, comprensivo di sportello Bancomat, presso la <b>Camera di Commercio di Taranto.</b> Installato uno sportello Bancomat presso l'ipermercato Auchan di Taranto.
Aumento della conoscenza dei propri clienti	Realizzata una <b>mappatura della clientela</b> , grazie alla quale è stato creato un database contenente informazioni relative a 3.287 clienti.
Sviluppo di canali alternativi di contatto con la clientela	Avviata un'attività di <b>telemarketing</b> (conclusa a gennaio 2004) in collaborazione con BCC Servizi Innovativi di ICCREA Holding.
Offerta di nuovi prodotti	Creato " <b>Conto Famiglia</b> ", un conto corrente a condizioni favorevoli destinato alle famiglie.

#### Attività di Telemarketing

La Banca ha contattato telefonicamente un campione di 379 clienti per chiedere la disponibilità di un appuntamento presso le sedi della Banca, anche in orari non di apertura.

Circa il 42% delle persone contattate ha accettato di fissare un appuntamento finalizzato alla presentazione dei prodotti finanziari e di risparmio offerti dalla Banca, una percentuale elevata considerando che la media nazionale risulta del 40%.

Il motivo principale che ha indotto la Banca a sperimentare l'attività di telemarketing è stato di voler testare l'efficacia di tale metodo di contatto del pubblico e di valutarne il potenziale commerciale.

#### Mappatura della clientela

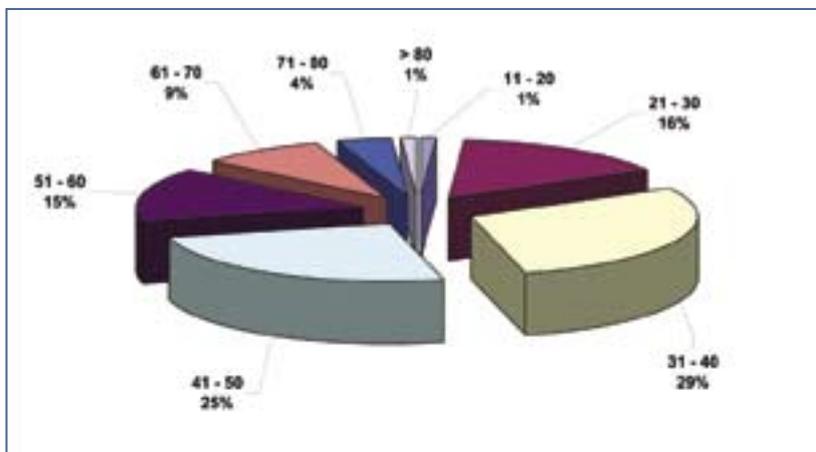
La Banca ha effettuato in modo trasparente un'attività di recupero di informazioni relative alla clientela, al fine di migliorare la conoscenza delle relative caratteristiche e procedere ad una segmentazione della stessa sulla base della tipologia, dei bisogni e delle aspettative.

Da tale attività è emerso, ad esempio, che l'8% della clientela è rappresentato da persone giuridiche, mentre ben il 92% è costituita da persone fisiche. Riguardo le persone fisiche, circa il 54% ha un'età compresa tra i 31 e i 50 anni. Circa il 16% ha un'età giovanissima, compresa tra 21 e 30 anni.

La Banca farà tesoro di tali informazioni, cercando di proporre prodotti sempre più in linea con le esigenze della propria clientela.



Mappatura della clientela: suddivisione per fasce d'età



Sportello Aperto

Nel corso del 2003, la Banca ha creato un notiziario economico e finanziario interno chiamato "Sportello Aperto", strumento d'informazione sulle novità in campo finanziario ed economico e preziosa fonte di comunicazione fra la Banca ed i suoi Clienti.

Realizzato al sol fine di "ridurre le distanze" fra la Banca ed il territorio di appartenenza, è stato distribuito in 5.000 copie dalle stesse filiali della Banca.



### 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 2003 la Banca ha proposto 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 Customer satisfaction

Nel 2003 la Banca ha svolto un'indagine di customer satisfaction, sottoponendo un questionario con tre domande ad un campione di 299 clienti recatisi agli sportelli.

I risultati di tale indagine hanno evidenziato che la Banca gode di una considerazione più che soddisfacente tra i propri clienti.

Risultati dell'indagine di customer satisfaction svolta nel 2003

	Che voto darebbe alla sua Banca	Che voto darebbe alle condizioni economiche applicate dalla Banca	Che voto darebbe alla disponibilità, cortesia e competenza del personale della Banca
Scarso	1,34%	1,34%	0,67%
Mediocre	0,67%	4,35%	
Buono	11,37%	18,06%	4,68%
Ottimo	34,78%	24,41%	42,14%
Non risposto	51,84%	51,84%	52,51%
Totale	100,00%	100,00%	100,00%

### 3.3.6 Sistema qualità e reclami

La Banca ha sempre gestito i rapporti con la clientela secondo principi di trasparenza, chiarezza, qualità.

La Banca ha garantito ai propri 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 2003 l'Ufficio ha ricevuto un solo reclamo relativo al ricalcolo delle competenze).
- Ombudsman bancario, organismo collegiale interbancario, pronto a risolvere le controversie che non trovano soddisfazione presso l'Ufficio Reclami della Banca. Anche nel 2003 l'Ombudsman bancario non ha ricevuto reclami da parte di clienti della BCC di San Marzano di S.G.



## 3.5 BCC di San Marzano di S.G. e Fornitori

### 3.5.1 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. di S.Marzano di S.G. 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.

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

### 3.5.2 Qualificazione ed analisi dei fornitori

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

Anche nel 2003, la Banca si è avvalsa di fornitori non locali per prodotti tecnologicamente avanzati e servizi ad alto valore aggiunto.

Nel corso del 2003 l'Ufficio Acquisti ha sperimentato il canale del commercio elettronico per l'acquisto di PC e componenti hardware, riscuotendo un buon successo sia in termini di risparmio conseguito che di qualità dei prodotti acquistati.

#### Outsourcing

Anche nel 2003 risultano esternalizzati i seguenti servizi:

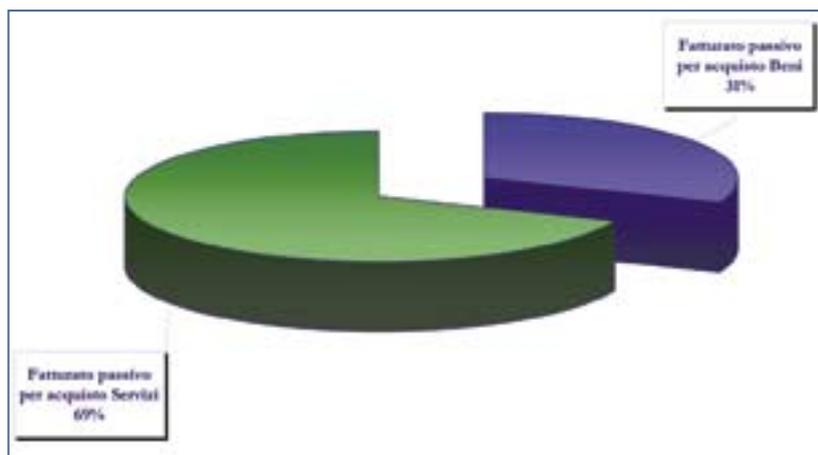
-  gestione del sistema informativo (Auriga Informatica S.r.l.);
-  gestione del contante (IVRI, Istituto di Vigilanza Serenissima);
-  gestione trasporti della posta da e verso ICCREA (SDA S.p.A.);
- manutenzione di tutte le apparecchiature elettroniche ed hardware e degli impianti (climatizzazione,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



### 3.5.3 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 (69%).

Fatturato passivo 2003: 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 2003.

Servizi	
Elaborazione dati programmi	441.543
Consulenze	94.714
Servizi bancari	92.904
Spese per pubblicità	74.860
Consulenze legali	74.125
Impianti allarme e Sistemi di sicurezza	63.998
Vigilanza Gestione contante	62.252
Servizi di pulizia	45.740
Lavoro interinale	43.739
Sviluppo organizzativo	38.533
Gestione rete Promotori	36.151
Software	34.798
Studi notarili	29.783
Telecomunicazioni	27.489
Compensi Collegio Sindacale	26.696
Spese per mobili e immobili	25.387
Impianti	24.701
Sponsorizzazioni	19.800
Servizio Visure	18.739
Società di revisione	13.266
Macchine elettroniche	11.800
Spese varie	7.465
Cancelleria	6.803
Corriere	6.210
Sicurezza sul lavoro	3.230
<b>Totale fatturato dai fornitori per servizi</b>	<b>1.324.727</b>

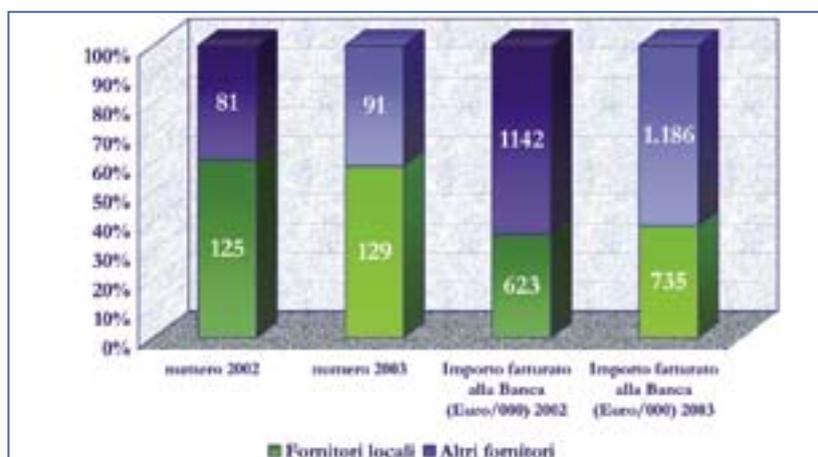
Beni	
Spese per mobili e immobili	182.722
Macchine elettroniche	103.745
Modulistica e rassegna	95.598
Ticket pasto	54.026
Energia elettrica	38.863
Servizi bancari	35.749
Impianti allarme e Sistemi di sicurezza	32.401
Spese varie	20.994
Cancelleria	17.580
Autovetture	7.762
Libri giornali e riviste	2.797
Impianti	2.407
Servizi di pulizia	1.546
Vigilanza Gestione contante	488
Acqua	274
Riscaldamento gas	38
<b>Totale fatturato dai fornitori per beni</b>	<b>596.990</b>

### 3.5.4 Ricaduta sul territorio

Per territorio di attività si intende quanto esposto a pagina 10, box relativo all'art. 2 dello statuto.

Nel 2003 la Banca ha intrattenuto rapporti con 220 fornitori (di cui 129 locali), sostenendo costi per un totale di 1.921 mila euro (di cui 735 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 evidenziano l'impegno della Banca verso i fornitori appartenenti al territorio di operatività.

Nel 2003, il 71,67% del fatturato passivo della Banca è pervenuto da fornitori appartenenti all'area geografica del Sud Italia, il 69,14% è riconducibile alla Puglia e, in particolare, il 38,26% relativi a fornitori appartenenti al territorio di operatività della Banca.

Distribuzione degli acquisti per area geografica: anno 2003

	Fatturato	%	N.Fornitori
ITALIA	1.377.235	71,67%	153
Sud			
di cui Puglia	1.328.700	69,14%	149
di cui nel territorio di operatività	735.288	38,26%	129
Centro	95.955	4,99%	28
Nord	441.426	22,97%	38
TOTALE ITALIA	1.914.616	99,63%	219
ESTERO	7.101	0,37%	1
TOTALE	1.921.717	100,00%	220

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	85.623,46
	Consulenze legali	52.746,56
	Spese per mobili e immobili	45.783,24
	Servizi di pulizia	45.555,35
	Modulistica e rassegna	36.288,96
	Vigilanza Gestione contante	30.233,75
	Spese per pubblicità	27.896,40
	Vigilanza Gestione contante	27.637,80
	Macchine elettroniche	23.454,02
	Spese per mobili e immobili	22.032,00
	Spese per pubblicità	19.212,17
	Impianti	18.666,18
	Sponsorizzazioni	18.600,00
	Spese per mobili e immobili	18.336,00
	Consulenze	15.360,00
	Gestione rete Promotori	14.899,68
	Servizio Visure	14.783,97
	Spese per mobili e immobili	13.201,60
Macchine elettroniche	12.365,83	
Consulenze legali	11.585,36	
	<b>Totale</b>	<b>554.262,33</b>
ALTRI FORNITORI	Elaborazione dati programmi	441.542,78
	Modulistica e rassegna	56.938,36
	Ticket pasto	54.025,91
	Servizi bancari	49.019,56
	Impianti allarme e Sistemi di sicurezza	44.307,82
	Lavoro interinale	39.899,21
	Energia elettrica	38.862,85
	Servizi bancari	35.749,28
	Consulenze	35.000,00
	Sviluppo organizzativo	30.000,00
	Telecomunicazioni	27.191,50
	Macchine elettroniche	26.679,19
	Impianti allarme e Sistemi di sicurezza	25.560,00
	Macchine elettroniche	23.747,58
	Servizi bancari	19.438,79
	Consulenze	15.840,00
	Servizi bancari	14.281,84
	Società di revisione	13.266,00
Impianti allarme e Sistemi di sicurezza	11.426,79	
Macchine elettroniche	10.451,76	
	<b>Totale</b>	<b>1.013.229,22</b>
<b>TOTALE GENERALE</b>		<b>1.567.491,55</b>

Fatturato (in Euro) dei fornitori in base al tipo di bene/servizio fornito e alla provenienza

Bene/servizio fornito	fornitori locali	altri fornitori
Acqua		274
Autovetture	7.762	
Cancelleria	15.130	9.253
Compensi Collegio Sindacale	26.696	
Consulenze	24.842	69.871
Consulenze legali	69.119	5.006
Corriere		6.210
Elaborazione dati programmi		441.543
Energia elettrica		38.863
Gestione rete Promotori	29.891	6.260
Impianti allarme e Sistemi di sicurezza		96.399
Impianti	24.752	2.356
Lavoro interinale	3.840	39.899
Libri giornali e riviste	1.462	1.335
Macchine elettroniche	38.951	76.594
Modulistica e rassegna	38.370	57.229
Servizi bancari		128.654
Servizi di pulizia	46.974	312
Servizio Visure	14.960	3.779
Sicurezza sul lavoro	689	2.541
Società di revisione		13.266
Software	1.248	33.550
Spese per mobili e immobili	204.754	3.355
Spese per pubblicità	54.642	20.218
Spese varie	19.370	9.088
Sponsorizzazioni	19.800	
Studi notarili	29.783	
Sviluppo organizzativo		38.533
Telecomunicazioni		27.489
Ticket pasto		54.026
Vigilanza Gestione contante	62.252	488
Riscaldamento gas		37
<b>Totale complessivo</b>	<b>735.288</b>	<b>1.186.429</b>

### 3.5.5 Condizioni negoziali e comunicazione

Nel corso del 2003 è stata avviata a regime l'attività dell'Ufficio Tecnico che ha raggiunto l'obiettivo della riduzione dei costi di struttura.

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

Nel 2003 l'Ufficio Tecnico ha provveduto a revisionare due contratti riguardanti i servizi di telefonia e di pulizie, garantendo una maggiore economicità per la Banca.

### 3.5.6 Sistemi di Qualità e certificazione di qualità o ambientale

Le certificazioni sono requisito preferenziale per avviare un rapporto di collaborazione con la Banca.



### 3.5.7 Contenzioso e litigiosità

Nel corso del 2003 si è verificato un unico caso di contenzioso con fornitori, risolto positivamente per la Banca, che ha ottenuto il rimborso dei danni subiti dagli impianti e dalle apparecchiature elettroniche a seguito di forti sbalzi di tensione sulla rete elettrica, verificatisi presso l'agenzia di Grottaglie.

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

### 3.6.1 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



### 3.6.2 Rapporti con le altre banche

Nel corso del 2003 la Banca ha intrattenuto rapporti con 11 istituzioni creditizie nazionali, di cui una con sede legale in Puglia.

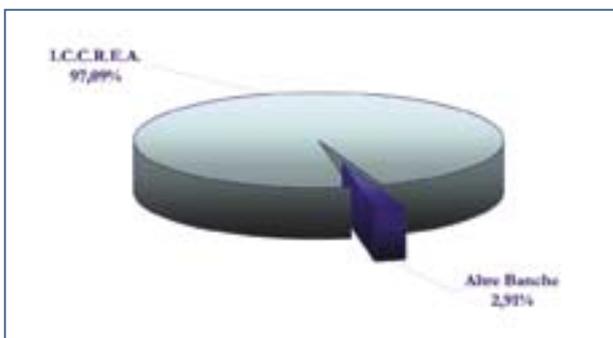
Ripartizione per tipologia (numero di rapporti)



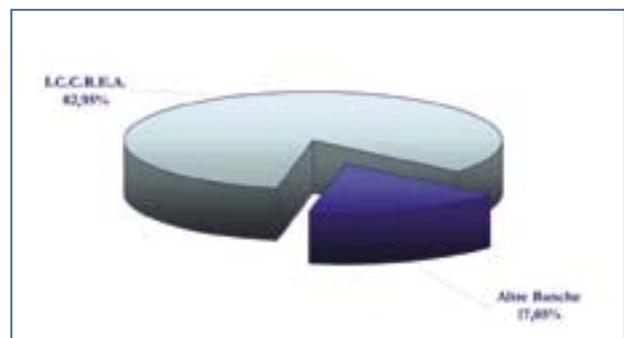
Il grafico seguente evidenzia una netta prevalenza del numero dei rapporti di c/c di corrispondenza sul totale dei rapporti.

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, ha costituito nel 2003 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.).

### **3.6.3 Rapporti con le compagnie assicurative e con gli intermediari finanziari**

Nel 2003 la Banca ha operato con le maggiori Compagnie nazionale ed estere, tra le quali Assimoco, Ras, INA, Inora Life, Commercial Union Vita S.p.A., selezionando, nell'ambito di ciascuna, quei prodotti che per loro natura meglio si adattano alle caratteristiche del risparmio della clientela della BCC.

Il principale partner, anche nel 2003, è stato Assimoco, società del Sistema del Credito Cooperativo, la cui politica di investimento è ritenuta coerente con quella della Banca.

### **3.6.4 Rapporti con le Autorità di Vigilanza e Monetaria**

Anche nel 2003 i rapporti intrattenuti con gli istituzionali Enti di vigilanza (Banca d'Italia, U.I.C., Consob), hanno costituito un momento di confronto e di crescita.

In particolare, nel 2003 la Banca ha partecipato a quattro incontri presso la Banca d'Italia, in cui si sono affrontate problematiche legate alla gestione del credito a livello locale.



### 3.6.5 Rapporti con le Associazioni di categoria

Nel corso del 2003 la BCC di San Marzano di S.G. ha consolidato le aree di collaborazione con l'Associazione 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 2003, presso l'Associazione delle BCC di Puglia e Basilicata, hanno riguardato le seguenti tematiche:

- linee strategiche del movimento del credito cooperativo;
- iniziative formative per i dipendenti;
- problematiche giuridiche legate alla riforma del diritto societario.

Il Direttore Generale della Banca ha, inoltre, preso parte al Comitato Consultivo dei direttori Agrileasing.

Anche nel 2003 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 l'Associazione locale.



Roma: sede ICCREA

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

Di seguito sono riportate le principali attività svolte nel 2003 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 Controllo Rischi ha riguardato i seguenti rischi aziendali: di posizione, regolamento, di controparte, di concentrazione, di cambio, operativi. Sono stati effettuati, inoltre, controlli nell'ambito delle aree Finanza e Credito e presso alcune filiali. In seguito ai controlli si è intervenuti per porre rimedio ad alcune disfunzioni di carattere procedurale.
Internal Audit (controlli di terzo livello)	Nel 2003 il CO.SE.BA. ha effettuato presso la Banca controlli sui seguenti processi: Governo, Finanza-Proprietà, Finanza-Retail, Credito, Incasso, Pagamento e Gestione del Risparmio. In particolare, grazie all'attività di controllo, è stata migliorata l'organizzazione del processo Finanza e del processo del Credito. Inoltre, il CO.SE.BA. ha effettuato anche alcuni controlli sul rispetto delle normative nella Banca, soprattutto in tema di antiriciclaggio, privacy e trasparenza. In seguito ai controlli: <ul style="list-style-type: none"> <li>• è stato nominato il responsabile antiriciclaggio;</li> <li>• è stato individuato l'ufficio referente in materia di privacy;</li> <li>• sono stati aggiornati gli avvisi sintetici per il pubblico affissi nelle agenzie.</li> </ul>

### 3.6.7 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).

### 3.6.8 Contenzioso e litigiosità

Nessun caso di contenzioso e litigiosità da segnalare.



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

### 3.7.1 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:

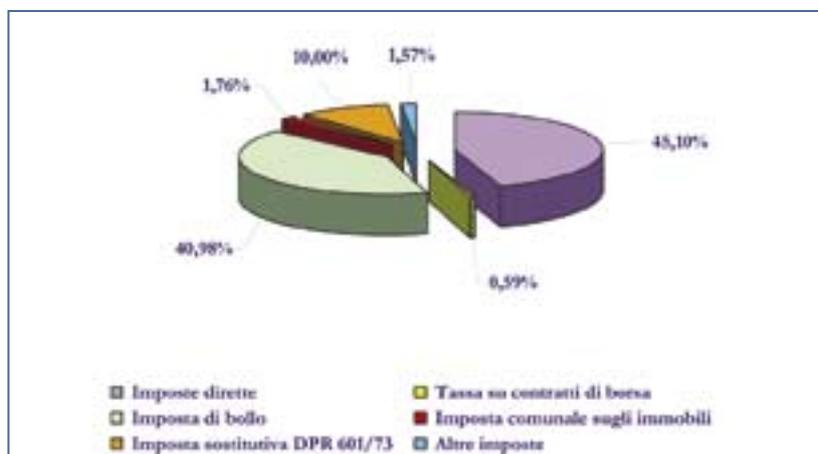
- ha collaborato con le organizzazioni del tessuto produttivo locale per favorire la diffusione di notizie utili allo sviluppo del territorio.
- ha potenziato i rapporti di collaborazione con la Pubblica Amministrazione e con altri enti (Scuole, Camera di Commercio, Assindustria)

### 3.7.2 Imposte, tributi e tasse

Nel 2003 sono state rilevate in bilancio imposte e tributi per un importo pari a 510 mila euro, oltre a 599 mila euro di ritenute versate in qualità di sostituti d'imposta, come riportato nella tabella seguente:

Effetto economico			
	2002	2003	Variazioni %
Imposte dirette	314.181	194.440	230.057
Tassa su contratti di borsa	5.000	3.000	3.000
Imposta di bollo	144.000	175.000	209.000
Imposta comunale sugli immobili	10.000	8.000	9.000
Imposta sostitutiva DPR 601/73	34.000	41.000	51.000
Altre imposte	8.000	11.000	8.000
<b>Totale</b>	<b>515.181</b>	<b>432.440</b>	<b>510.057</b>

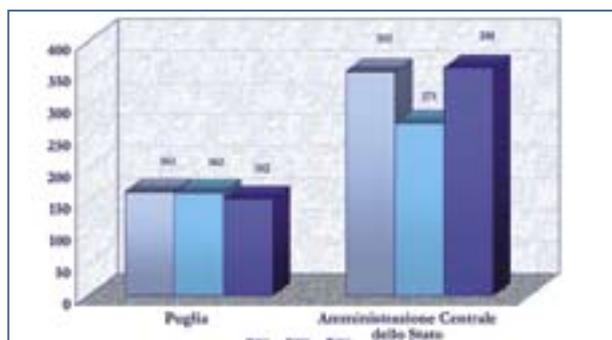
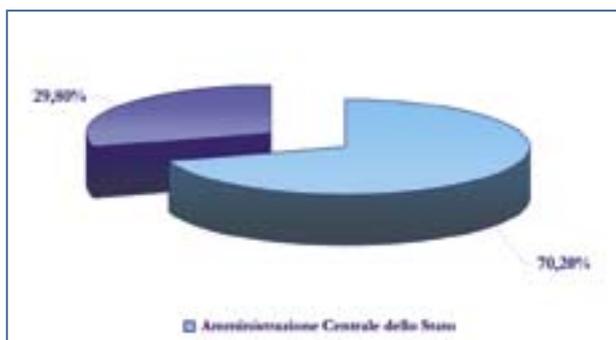
### Imposte e tasse 2003 - Criterio economico



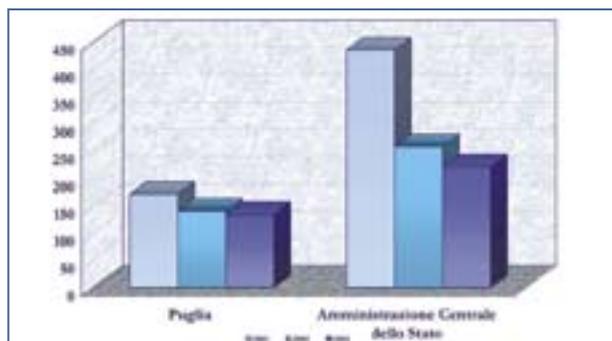
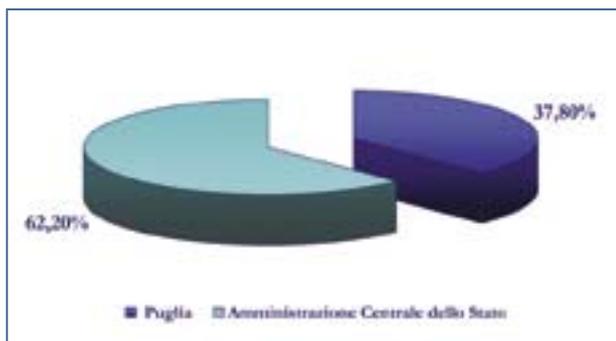
Nella tabella e nel grafico che seguono si evidenzia il beneficio economico apportato dalla Banca allo Stato, distinguendo tra Puglia ed Amministrazioni Centrali dello Stato (ovvero in base al soggetto che percepisce direttamente l'imposta).

In virtù dello status di Banca di Credito Cooperativo, la BCC di San Marzano di S.G. ha goduto di alcune agevolazioni fiscali, la più significativa delle quali è quella sulla detassazione dei fondi destinati a riserva indivisibile, per un importo pari a 938.541 Euro (Legge 59/92 sulla Cooperazione).

### Territorialità delle imposte 2003 Criterio economico



### Territorialità delle imposte 2003 Criterio finanziario





### 3.7.3 Rapporti con Enti Locali e la Pubblica Amministrazione

Le attività più significative svolte dalla Banca nel 2003 sono state le seguenti:

- è stato svolto l'incarico di gestione della Tesoreria di due Comuni della provincia di Taranto e di cinque scuole (quattro istituti di istruzione secondaria superiore della provincia di Taranto e una scuola media superiore della provincia di Brindisi) ;
- la Banca si è aggiudicata la gestione della Tesoreria della Camera di Commercio di Taranto;
- è stata stipulata una convenzione con l'Assindustria di Taranto riservata agli associati;

Nel 2003, la Banca ha tenuto alcuni incontri presso la Camera di Commercio di Taranto per illustrare le proprie iniziative agli imprenditori e per esporre loro alcune possibilità di sviluppo legate all'utilizzo di fonti di finanziamento comunitarie, nazionali, regionali.

### 3.7.4 Contenzioso e litigiosità

Non si segnalano nel corso dell'anno 2003 casi di contenzioso con lo Stato, gli Enti Pubblici e la Magistratura, verso i quali i rapporti sono improntati alla massima collaborazione.

Nel 2003 la Banca ha aderito al condono tombale relativamente all'anno 2002 .

Nel 2003 la Banca è stata sottoposta a verifica da parte dell'Ispettorato INAIL, relativamente alla regolarità dei premi d'assicurazione denunciati nel quinquennio precedente. L'ispezione si è conclusa senza che siano state rilevate irregolarità.

### 3.8 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 l'attività delle 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

**3.8.1 Apporti diretti al sociale per una migliore qualità della vita**

Nel 2003 la BCC di San Marzano di S.G. ha sostenuto l'attività di parrocchie, organismi di volontariato, enti no profit impegnati in iniziative di sviluppo sociale e culturale sul territorio. Sono stati inoltre organizzati, in proprio o in collaborazione con altri soggetti, manifestazioni e convegni su tematiche diverse di interesse collettivo.

Interventi nel sociale:

- sono stati effettuati 43 interventi per complessivi 39 mila euro;
- i settori di intervento verso i quali sono stati indirizzati i contributi sono manifestazioni socio-culturali, associazioni culturali e sportive, scuole, parrocchie, volontariato sociale.

Interventi nel sociale		
	2002	2003
Numero di interventi	39	43
Importo (in migliaia di euro)	52	39

## SOLIDARIETA' E TERRITORIO

La Banca ha sempre sostenuto iniziative di carattere umanitario e sociale; i singoli interventi sono stati effettuati al solo scopo di migliorare la vivibilità del territorio, con particolare attenzione alle fasce più deboli della popolazione.

Tra le iniziative sostenute nel 2003 si ricordano le seguenti:

Solidarietà e territorio
<ul style="list-style-type: none"><li>• Gara di solidarietà per la raccolta di fondi in favore di un bambino di sei anni affetto da una rara malattia denominata Sindrome di Goldenhar, per eseguire un delicato intervento chirurgico presso il Massachusetts General Hospital di Boston. La Banca ha aperto un c/c chiamato " pro Cristiano".</li><li>• Vari contributi per l'organizzazione di serate di beneficenza.</li></ul>

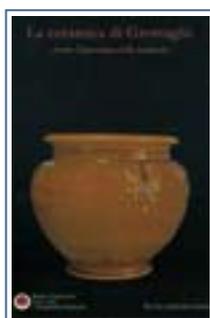
### CULTURA E TERRITORIO

Sono di seguito riportati i principali convegni e seminari organizzati nel 2003 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	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La "488 Artigianato e le misure agevolative del POR Puglia per le PMI" svoltosi presso la sala auditorium della BCC di San Marzano di S.G.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 43° Convegno Internazionale di Studi sulla Magna Grecia "Alessandro il Molosso e i condottieri" in Magna Grecia</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• "L'Easy Riders", Convegno organizzato dalla BCC di San Marzano in collaborazione della Banca Agrileasing, svoltosi presso la Camera di Commercio di Taranto</li> </ul>

La BCC di San Marzano di S.G. ha inoltre contribuito, nel 2003, alla pubblicazione del libro:

Libri
<ul style="list-style-type: none"> <li>• LA CERAMICA DI GROTTAGLIE ovvero l'importanza della tradizione a cura di Stefania Massari e Pasqua Izzo</li> </ul>



La Banca inoltre ha aderito al Progetto "Equal" che prevede la realizzazione in rete di un incubatore costituito da un Centro Servizi da destinare all'attività di formazione, ricerca, consulenza, informazione e da 16 Sportelli Sociali dislocati sul territorio. Il progetto è finalizzato a promuovere la nascita di piccole e medie imprese sociali alle quali offrire gratuitamente, oltre che servizi di logistica, anche servizi di formazione e assistenza tecnica legata all'impresa, compreso l'esame di quella che può essere la migliore forma di finanziamento.



## ISTRUZIONE E GIOVANI

La Banca ha anche sviluppato, nel 2003, relazioni con il mondo della formazione e dell'educazione.

### Istruzione e giovani

- In collaborazione con la Regione Puglia è stata stipulata una convenzione di tirocinio, di formazione ed orientamento in impresa che ha consentito a sei giovani diplomati e laureati di partecipare ad un periodo di tirocinio di tre-sei mesi presso gli uffici della stessa BCC di San Marzano di S.G.
- E' stata stipulata una convenzione di tirocinio di formazione ed orientamento con l'Università degli studi di Lecce finalizzata ad agevolare le scelte professionali di una laureanda mediante la conoscenza diretta del mondo del lavoro (tirocinio della durata di 15 giorni)
- Sono stati tenuti incontri con le scuole su tematiche attinenti l'economia e la finanza.

## RELIGIONE

Particolare attenzione è stata rivolta agli Enti religiosi locali sostenendo iniziative di interesse collettivo.

### Sostegno a progetti di enti religiosi



- Progetto "San Francesco di Paola" promosso dall'Associazione culturale "Leonida Repaci" per la realizzazione di un CD multimediale che racconta la vita e le gesta di San Francesco di Paola.
- Realizzazione di un calendario 2004 dell'Amministrazione comunale di Grottaglie che punta a valorizzare le tele e gli affreschi che decorano le chiese della città di Grottaglie.
- Feste patronali e altre feste sacre e popolari,

## SPORT

Particolare attenzione è stata rivolta agli Enti religiosi locali sostenendo iniziative di interesse collettivo.

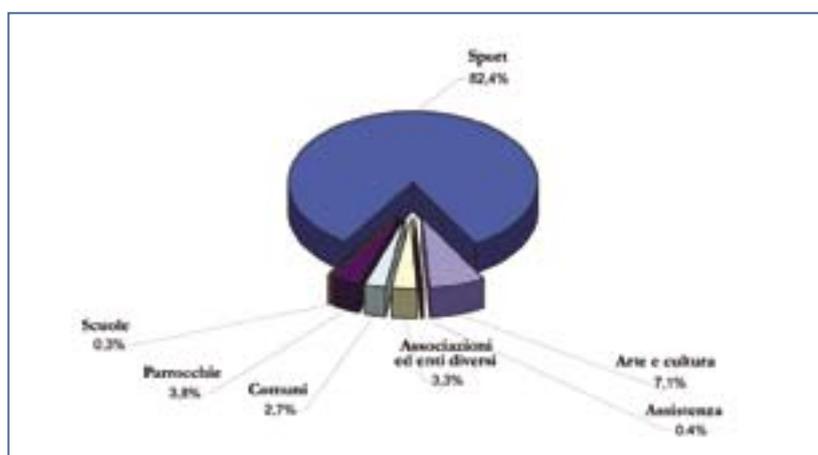
Nell'ambito sportivo la BCC di San Marzano di S.G. ha sostenuto numerose Associazioni di basket, calcio, tennis e altro ancora, permettendone la partecipazione ai rispettivi tornei e campionati.

In particolare la BCC di San Marzano di S.G. ha sponsorizzato:

- la squadra **“Terra rossa” di Taranto Tamburi** che, milita per il secondo anno all'interno del Campionato di Calcio di terza categoria FIGC.

Il sostegno è legato all'impegno dell'Associazione Terra rossa che, attraverso lo sport, cerca di creare per i ragazzi del quartiere Tamburi di Taranto un'alternativa sana ed altamente educativa rispetto al pericolo droga e micro - macro delinquenza.

#### 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.

### 3.8.2 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.

### 3.8.3 Interventi qualificanti

La Banca, attraverso il proprio Istituto Centrale (ICCREA S.p.A.) ha aderito al progetto Banca del Clima, iniziativa promossa da Cittadinanzattiva e WWF. La Banca del Clima è



una Banca virtuale ([www.bancadelclima.it](http://www.bancadelclima.it)) dove ogni cittadino, iscrivendosi, può trovare soluzioni intelligenti e ricevere consigli per risparmiare tutelando il futuro del Pianeta.



### 3.8.4 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 nei confronti dell'Istituto di Credito, in relazione all'ambiente ed alla sicurezza sul lavoro.

### 3.8.5 Aspetti diretti di performance ambientali

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

Energia elettrica		
	2002	2003
kwh annui	351.198	279.437
kwh annui / n. medio addetti	8.780	6.499

Nel 2003 il consumo di energia elettrica per dipendente è diminuito rispetto al 2002, nonostante il numero medio del personale e le dimensioni della Banca siano cresciute. L'Ufficio Tecnico ha perseguito un'efficace politica di controllo dei consumi e di razionalizzazione degli impianti, in particolare per quanto riguarda gli impianti di riscaldamento e condizionamento.

Carta		
	2002	2003
kg anno	4.613	4.960
kg anno / n. medio addetti	115	115

### 3.8.6 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 MEDIA

### 3.8.7 Qualificazione dei Media utilizzati

Nel 2003 la Banca ha intrattenuto rapporti diretti con televisioni e testate giornalistiche locali finalizzati a:

- promuovere la conoscenza della Banca sul territorio;
- fornire quotidianamente informazioni economico-finanziarie;
- promuovere nuovi prodotti;
- sostenere importanti iniziative di carattere sociale.

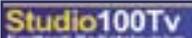
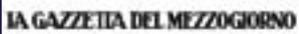
La grande attenzione riservata dalla Banca alla comunicazione esterna ha determinato l'istituzione, nel 2003, di una funzione aziendale dedicata alle relazioni esterne e con i mass – media.

Nel 2003 le spese in pubblicità e promozione si sono attestate a 104 mila euro in leggero calo (- 12,50%) rispetto all'anno precedente, ma pur sempre in valore assoluto di importo consistente.

Il sistema del credito cooperativo ha proposto due slogan con i quali ha voluto sottolineare le caratteristiche della sua operatività.



I principali media utilizzati nel 2003 sono stati i seguenti:

Principali media utilizzati	
Tv Locali	 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rubrica economica</li> <li>• Sponsorizzazione eventi televisivi</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rubrica economica</li> <li>• Sponsorizzazione eventi televisivi</li> </ul>
Quotidiani locali	 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicazioni di eventi quali: l'apertura di filiali, convegni</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicazioni di eventi quali: l'apertura di filiali, convegni</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pubblicità</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pubblicità</li> <li>• Articoli economici</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pubblicità</li> <li>• Articoli economici</li> </ul>
Edizioni locali di quotidiani nazionali	 
Quotidiani nazionali	 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Articoli economici</li> </ul>
Periodici locali	 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rubrica economica</li> </ul>



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

### 3.8.8 Obiettivi

L'approccio della BCC di San Marzano di S.G. ai servizi di virtual banking ha avuto l'obiettivo di garantire alla clientela la fruibilità dei servizi informatici e trasferire, sul canale telematico, una parte di operatività di sportello con conseguente risparmio di tempo e costi per la banca ed i clienti.



### 3.8.9 Caratteristiche ed analisi dei “contatti”

All'interno della Banca si è ormai consolidata una mentalità tecnologicamente avanzata. Anche il 2003 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:

	<p><b>Simply Bank Web</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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 Simply Bank Web viene associato un profilo che consente alla Banca di personalizzare i servizi offerti</li> </ul> <p><b>Simply Bank Aziende</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> </ul>



### 3.8.10 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 Pc del cliente, grazie all'utilizzo di sofisticati sistemi di crittografia.
Internet banking	SimplyBank 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.

#### 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.

### 3.8.11 Investimenti in strumenti per lo sviluppo della "Virtual Bank"

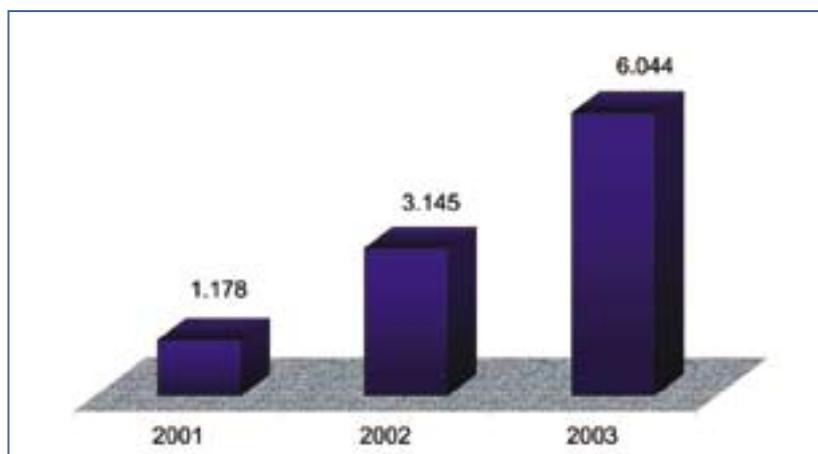
In virtù dell'importanza data al "Virtual Banking", nel 2002 la BCC di San Marzano di S.G. ha firmato un accordo con Directa, la prima SIM italiana interamente telematica, per consentire ai clienti l'utilizzo del servizio di trading on line, dando così la possibilità di operare sulla Borsa italiana e sui mercati USA direttamente da casa via Internet o tramite cellulare GSM. Nell'anno 2003 sono state eseguite dalla clientela con la controparte Directa Sim 8936 operazioni.

Questa nuova operatività ha riscontrato un interesse crescente presso la nostra clientela.

### 3.8.12 Azioni di sensibilizzazione alla cultura dell'Information Technology

La sensibilizzazione della clientela alla cultura dell'Home Banking è proseguita anche nel 2003, infatti il numero dei contratti Home Banking stipulati dalla Banca si è incrementato del 55% rispetto al 2002. Anche il numero delle azioni dispositive si è incrementato del 92% rispetto al 2002.

Numero di operazioni dispositive registrate



### 3.8.13 Contenzioso e litigiosità

Nella fornitura dei servizi virtuali si evidenzia l'assenza di contestazioni da parte della clientela, grazie alla discrezione delle persone e all'adozione di idonei sistemi di sicurezza.



### RISULTATI DEL SISTEMA DI RILEVAZIONE DEL CONSENSO

#### Consenso dei dipendenti

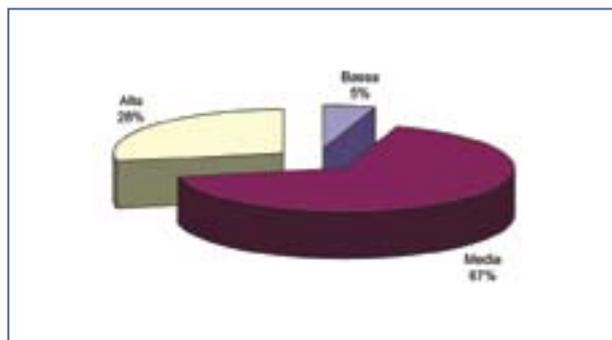
All'interno del Bilancio Sociale 2002 la Banca di Credito Cooperativo San Marzano di S.G. si è impegnata a rilevare il consenso interno per "misurare" la corretta dimensione dello scambio quali - quantitativo della cultura d'impresa, dei valori e del senso di appartenenza.

A tal fine è stato elaborato un questionario, che è stato distribuito ad un campione significativo di dipendenti.

Il questionario, strutturato in tre sezioni e composto da 18 domande "a risposta chiusa", è stato incentrato sui contenuti del Bilancio Sociale e sulla percezione che si è ottenuta dell'Azienda attraverso questo documento.

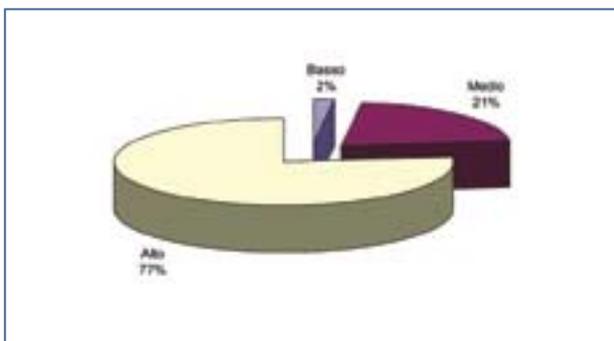
La prima sezione ha raggruppato 6 domande volte a valutare la capacità del Bilancio Sociale di aumentare il livello di conoscenza della Banca.

Capacità del Bilancio Sociale di aumentare il livello di conoscenza della banca



Le risposte pervenute hanno evidenziato che, per il 28% degli intervistati, il Bilancio Sociale ha un'alta capacità di aumentare la conoscenza della Banca, mentre per il 67% il documento consente di avere una sufficiente o media conoscenza dei fatti aziendali. Solo il 5% degli intervistati ritiene non sufficiente o bassa la propensione del Bilancio Sociale ad essere un valido strumento di conoscenza aziendale.

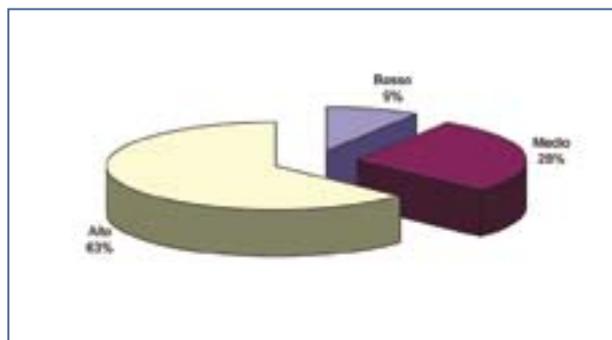
Livello di percezione e condivisione dei valori della Banca



e condivisi da quasi tutto il personale (solo il 2% dimostra difficoltà nel percepire e condividere missione e valori aziendali). Il 77% ha dimostrato una piena percezione e condivisione di missione e valori della Banca, il 21% ne ha evidenziato una percezione e una condivisione media o sufficiente.

Riguardo la terza sezione, l'analisi delle risposte pervenute ha dimostrato che il Bilancio Sociale è stato molto gradito dal 63% dei dipendenti, che hanno anche un alto senso di appartenenza alla Banca. Il 28% dei dipendenti è stato mediamente soddisfatto

Grado di soddisfazione dei dipendenti rispetto al Bilancio Sociale e senso di appartenenza alla banca



del Bilancio Sociale e nutre un sufficiente senso di appartenenza alla Banca. Il 9% del personale non ha apprezzato il Bilancio Sociale e fa fatica a sentirsi parte integrante della Banca.

### Consenso dei soci e dei clienti

Una sala piena e l'attenzione composta di soci e clienti hanno accompagnato, in una splendida giornata di sole, la presentazione del Bilancio Sociale 2002, che si è svolta il 9 febbraio 2004 presso l'auditorium della Banca.

Gli interventi dei soci e dei clienti hanno messo in luce un clima di generale apprezzamento verso la scelta della Banca di redigere un Bilancio Sociale e verso i contenuti del documento.

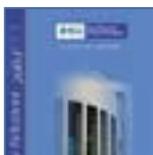
Si segnala, infine, che il processo di rilevazione del consenso dei clienti era già iniziato nel 2003, attraverso la distribuzione dei questionari di customer satisfaction. I risultati più che positivi sono pubblicati all'interno del presente documento, nella sezione dedicata ai clienti.

### Proposta di miglioramento futuro

La BCC di San Marzano di S.G. intende continuare a dare un contributo decisivo per lo sviluppo sostenibile e la crescita del benessere nel territorio di operatività.

A tal proposito la Direzione Aziendale si impegna a realizzare il Piano Strategico già descritto e arricchirlo di nuovi obiettivi ispirati allo "sviluppo sostenibile".

Dal lato della comunicazione e della rendicontazione sociale è intenzione della Banca richiedere, a partire dal Bilancio Sociale 2004, l'attestazione di conformità procedurale ad organismo terzo, per ridurre i contenuti autoreferenziali del documento e garantire una comunicazione trasparente, finalizzata al dialogo partecipativo con la comunità locale e gli altri stakeholders.



## Appendice

Conto economico riclassificato			
	2001	2002	2003
Interessi attivi e proventi assimilati	5.868.122	6.541.691	6.537.932
Interessi passivi ed oneri assimilati	-2.125.504	-1.980.831	-1.846.511
Dividendi ed altri proventi	18.883	67.386	41.966
<b>MARGINE DI INTERESSE</b>	<b>3.761.501</b>	<b>4.628.246</b>	<b>4.733.387</b>
Commissioni attive nette	791.731	948.580	1.093.833
Profitti da operazioni finanziarie	192.146	-164.055	-271.066
Altri proventi ed oneri di gestione	601.005	696.810	701.538
<b>MARGINE DI INTERMEDIAZIONE</b>	<b>5.346.383</b>	<b>6.109.581</b>	<b>6.257.692</b>
Spese amministrative	-3.232.728	-3.920.204	-4.392.956
<b>RISULTATO LORDO DI GESTIONE</b>	<b>2.113.655</b>	<b>2.189.377</b>	<b>1.864.736</b>
Accantonamenti, rettifiche e riprese di valore	-1.037.641	-1.014.700	-653.553
<b>UTILE ORDINARIO</b>	<b>1.076.014</b>	<b>1.174.677</b>	<b>1.211.183</b>
Proventi ed oneri straordinari	-19.907	-52.164	-34.153
<b>UTILE AL LORDO DELLE IMPOSTE</b>	<b>1.056.107</b>	<b>1.122.513</b>	<b>1.177.030</b>
Imposte sul reddito di esercizio	-314.181	-194.440	-229.965
<b>UTILE (PERDITA) D'ESERCIZIO</b>	<b>741.926</b>	<b>928.073</b>	<b>947.065</b>

Stato patrimoniale riclassificato			
	2001	2002	2003
<b>Attivo</b>			
Cassa e disponibilità	1.296.540	1.479.477	2.883.144
Totale crediti *	71.661.674	71.778.950	78.333.243
Titoli non immobilizzati	24.328.825	41.941.719	48.790.120
Immobilizzazioni	10.020.529	5.978.785	5.887.786
Altre voci dell'attivo	6.905.755	3.820.240	4.481.226
<b>TOTALE DELL'ATTIVO</b>	<b>114.213.323</b>	<b>124.999.171</b>	<b>140.375.519</b>
* al netto delle svalutazioni crediti			
<b>Passivo</b>			
Totale debiti	96.275.052	109.494.513	123.467.086
Fondi e destinazione specifica	957.769	1.016.487	1.002.139
Altre voci del passivo	6.820.605	3.382.272	3.852.852
Fondi rischi bancari generali	26.736	17.452	22.331
Patrimonio netto	10.133.161	11.088.447	12.031.111
<b>TOTALE PASSIVO</b>	<b>114.213.323</b>	<b>124.999.171</b>	<b>140.375.519</b>

BCC DI SAN MARZANO DI S.G.

## BILANCIO SOCIALE 2003

### 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

### Coordinamento organizzativo

#### **SEAN**

Social & Ethical, Auditing & Accounting, Network

Marco Fabio Capitanio, Andrea Carlà, Pierpaolo Pagliarini, Mauro Calogiuri

### Editing

Auriga Informatica - Bari

### Fotolito e Stampa

Grafiche Cressati S.r.l. - Taranto

