



2004  
2004  

---

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.

## BANCA DI CREDITO COOPERATIVO DI SAN MARZANO DI SAN GIUSEPPE

Società Cooperativa a Responsabilità Limitata

Fondata nel 1956

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

Capitale sociale e riserve: € 13.110.961,00

Repertorio Economico Amministrativo: C.C.I.A.A. di Taranto n. 33127

Registro Società: Tribunale di Taranto n. 2373

Codice Fiscale e Partita IVA: 00130830730

Codice ABI: n. 08817.9

Albo delle Banche: n. 4554

Swift: ICRAITRRMPO

Internet: <http://www.bccsmarzano.it>

E-mail: [banca@bccsmarzano.it](mailto:banca@bccsmarzano.it)

Messaggio del Presidente .....	10
<b>1 IDENTITÀ AZIENDALE .....</b>	<b>14</b>
<b>1.1 Storia .....</b>	<b>15</b>
<b>1.2 Contesto di riferimento .....</b>	<b>17</b>
1.2.1 Il territorio di operatività .....	19
1.2.2 Rete Commerciale .....	21
1.2.3 Evoluzione di alcuni prodotti .....	22
<b>1.3 Valori .....</b>	<b>25</b>
<b>1.4 Missione .....</b>	<b>27</b>
<b>1.5 Assetto istituzionale ed organizzativo .....</b>	<b>28</b>
<b>1.6 Sustainability Governance .....</b>	<b>33</b>
1.6.1 Norme interne e sistemi di controllo volti a garantire l'osservanza della legge .....	33
1.6.2 Bilancio Sociale .....	33
1.6.3 Assetto organizzativo .....	34
<b>1.7 Disegno strategico .....</b>	<b>36</b>
1.7.1 Piano strategico triennio 2002-2004 .....	36
1.7.2 Piano strategico triennio 2005-2007 .....	36
<b>1.8 Piano programmatico .....</b>	<b>37</b>
<b>2. RENDICONTO (PRODUZIONE E DISTRIBUZIONE DEL VALORE) .....</b>	<b>40</b>
<b>2.1 Dati significativi di gestione .....</b>	<b>41</b>
2.1.1 Dati significativi di gestione .....	41
2.1.2 Indici gestionali .....	42
<b>2.2 Calcolo del valore aggiunto .....</b>	<b>47</b>
<b>3. RELAZIONE SOCIALE .....</b>	<b>51</b>
<b>3.1. BCC di San Marzano di S.G. e Risorse umane .....</b>	<b>52</b>
3.1.1 Obiettivi .....	52
3.1.2 Politica delle assunzioni .....	52
3.1.3 Composizione del personale .....	54
3.1.4 Turnover .....	56
3.1.5 Politiche di pari opportunità .....	57
3.1.6 Comunicazione interna .....	57

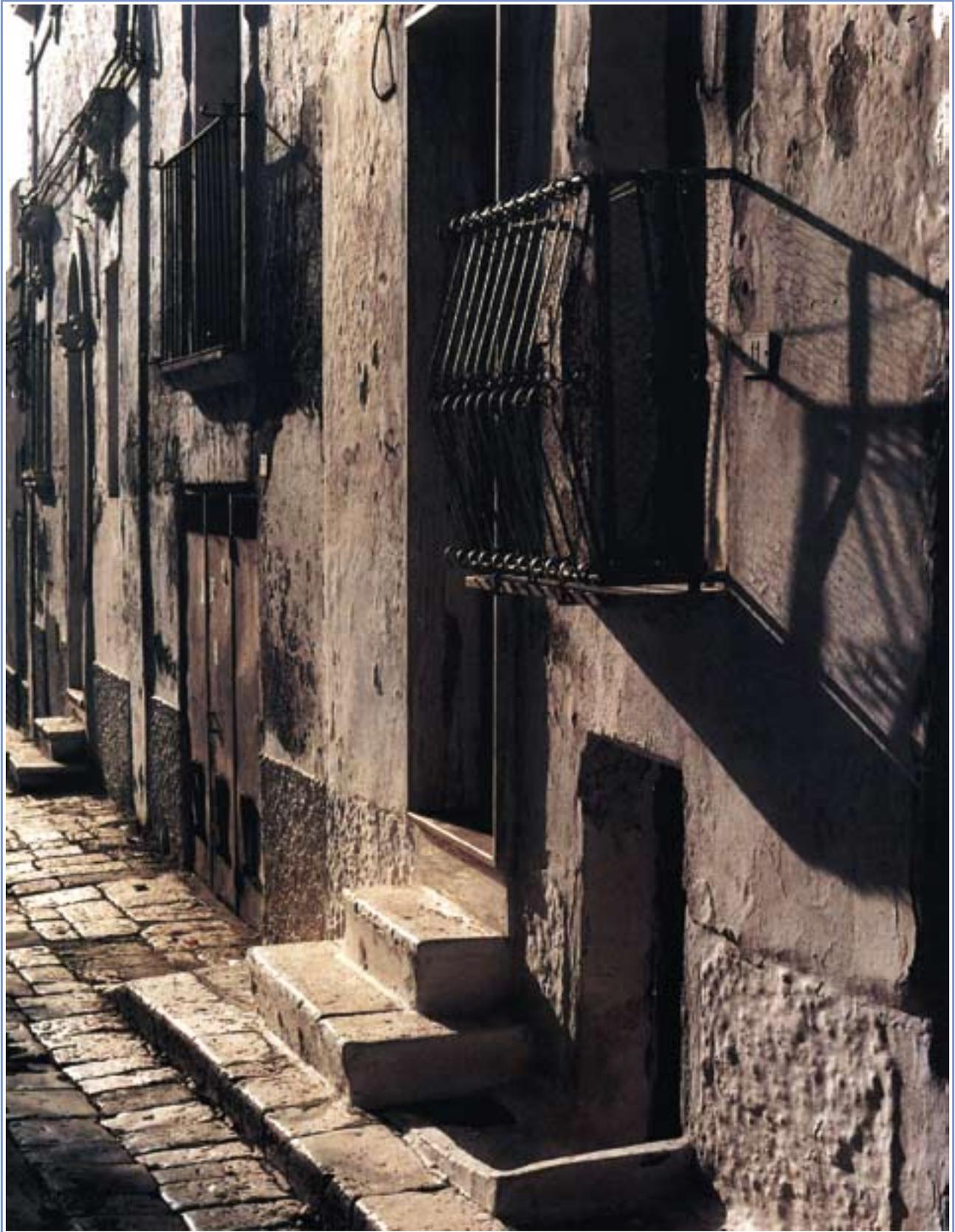
3.1.7	Relazioni sindacali .....	57
3.1.8	Conflittualità sindacale .....	58
3.1.9	Formazione .....	58
3.1.10	Valorizzazione .....	59
3.1.11	Sistemi di remunerazione e lavoro straordinario .....	59
3.1.12	Sicurezza e salute sul luogo di lavoro .....	61
3.1.13	Contenzioso e litigiosità .....	61
<b>3.2</b>	<b>BCC di San Marzano di S.G. e Azionisti/soci.....</b>	<b>62</b>
3.2.1	Obiettivi .....	62
3.2.2	Segmentazione dei soci per categorie .....	63
3.2.3	Composizione percentuale dei soci e del capitale sociale .....	63
3.2.4	Capitale sociale .....	65
3.2.5	Partecipazione dei soci al governo dell'impresa e tutela delle minoranze.....	66
3.2.6	Servizi ed agevolazioni riservate ai soci .....	66
3.2.7	Investor relations .....	67
3.2.8	Contenzioso e litigiosità .....	67
<b>3.3</b>	<b>BCC di San Marzano di S.G. e Clienti .....</b>	<b>68</b>
3.3.1	Obiettivi .....	68
3.3.2	Caratteristiche ed analisi della clientela .....	69
3.3.3	Marketing development .....	71
3.3.4	Prodotti di finanza etica .....	73
3.3.5	Sistema qualità e reclami .....	73
<b>3.4</b>	<b>BCC di San Marzano di S.G. e Fornitori .....</b>	<b>74</b>
3.4.1	Obiettivi .....	74
3.4.2	Qualificazione ed analisi dei fornitori .....	75
3.4.3	Caratteristiche delle forniture .....	76
3.4.4	Ricaduta sul territorio .....	77
3.4.5	Condizioni negoziali e comunicazione .....	79
3.4.6	Sistemi di Qualità e certificazione di qualità o ambientale .....	79
3.4.7	Contenzioso e litigiosità .....	79
<b>3.5</b>	<b>BCC di San Marzano di S.G. e altre banche/istituzioni .....</b>	<b>80</b>

3.5.1	Obiettivi .....	80
3.5.2	Rapporti con le altre banche .....	80
3.5.3	Rapporti con le compagnie assicurative e con gli intermediari finanziari .....	82
3.5.4	Rapporti con le Autorità di Vigilanza e Monetaria .....	82
3.5.5	Rapporti con le Associazioni di categoria .....	83
3.5.6	Norme interne e sistemi di controllo volti a garantire l'osservanza della legge .....	84
3.5.7	Comunicazione .....	84
3.5.8	Contenzioso e litigiosità .....	84
<b>3.6</b>	<b>BCC di San Marzano di S.G. e Stato/Autonomie Locali .....</b>	<b>85</b>
3.6.1	Obiettivi .....	85
3.6.2	Imposte, tributi e tasse .....	85
3.6.3	Rapporti con gli Enti Locali e la Pubblica Amministrazione .....	87
3.6.4	Contenzioso e litigiosità .....	87
<b>3.7</b>	<b>BCC di San Marzano di S.G. e Collettività .....</b>	<b>88</b>
<b>PERSONE .....</b>		<b>89</b>
3.7.1	Apporti diretti al sociale per una migliore qualità della vita .....	89
<b>AMBIENTE .....</b>		<b>92</b>
3.7.2	Formazione ed educazione .....	92
3.7.3	Interventi qualificanti .....	92
3.7.4	Eventuali certificazioni ambientali .....	93
3.7.5	Aspetti diretti di performance ambientali .....	93
3.7.6	Contenzioso e litigiosità .....	93
<b>BCC DI SAN MARZANO DI S.G. E MEDIA .....</b>		<b>94</b>
3.7.7	Qualificazione dei Media utilizzati .....	94
<b>BCC DI SAN MARZANO DI S.G. E COMUNITA' VIRTUALE .....</b>		<b>96</b>
3.7.8	Obiettivi .....	96
3.7.9	Caratteristiche ed analisi dei "contatti" .....	97
3.7.10	Tutela della sicurezza per le operazioni di "Virtual Banking" .....	98
3.7.11	Investimenti in strumenti per lo sviluppo della "Virtual Bank" .....	99
3.7.12	Azioni di sensibilizzazione alla cultura dell'Information Technology .....	99
3.7.13	Contenzioso e litigiosità .....	100

<b>Proposta di miglioramento futuro .....</b>	<b>100</b>
<b>APPENDICE .....</b>	<b>101</b>
Conto economico riclassificato .....	101
Stato patrimoniale riclassificato .....	101
<b>Questionario di valutazione del Bilancio Sociale 2004 .....</b>	<b>103</b>

Bilancio  
sociale 2004

Introduzione



San Marzano di S. G.: abitazione del centro storico.



Ad un passo dai 50 anni dalla fondazione, è sempre più evidente che la nostra Banca si sta affermando nel territorio come punto di riferimento economico, sociale e soprattutto culturale.

Coscienti di questa realtà ci sentiamo in dovere di continuare l'impegno assunto nel 2002, quando il Consiglio d'Amministrazione decise di dotarci di uno strumento di valutazione delle attività svolte: il Bilancio Sociale. Strumento che non solo aiuta a portare avanti con efficacia e coerenza la gestione quotidiana, ma che ci stimola ad assumere la responsabilità del suo continuo miglioramento.

"L'ultimariga" del Bilancio di Esercizio, l'utile, è la misura dell'efficienza. Ciò che sta cambiando, grazie alla "cultura del Bilancio Sociale" è il periodo di riferimento. Vi è una sostanziale differenza tra una gestione che punta a massimizzare il profitto a medio termine ed a salvaguardare la capacità di generare profitto a lungo termine e una gestione che, invece, sprema al massimo le risorse e brucia tutte le opportunità, pensando solamente al risultato immediato. Ha scarsa rilevanza discutere quale delle due gestioni sia più valida. Nel nostro caso abbiamo scelto quella che ci permette di garantire stabilità, di promuovere la crescita della nostra Banca nel tempo, senza tra l'altro trascurare la realizzazione dell'utile, che, come sappiamo, per una Banca di Credito Cooperativo, è fondamentale per conseguire l'incremento del patrimonio aziendale.

Passato, presente e futuro sono i piani su cui si sviluppa il Bilancio Sociale, ma sono anche quelli su cui si misura la credibilità della nostra responsabilità socio - economica. Redigere un Bilancio Sociale non è semplicemente una "star dietro ad una moda" che può avere ritorni in termini di immagine e di marketing, ma è sentirsi parte di un processo e di una storia; quella del Credito Cooperativo. Un sistema di Banche costituite da persone che lavorano per le persone.

Porre al centro del sistema creditizio la persona, significa favorire, ancor prima che l'accesso al credito, lo scambio di credito e di fiducia tra tutti coloro che appartengono ad uno stesso sistema territoriale. Le Banche di Credito Cooperativo hanno tracciato la strada verso nuovi orizzonti e devono insistere verso questa direzione per non esaurire la positiva spinta al cambiamento che considera il vero patrimonio della Banca costituito dai soci, dai clienti, dai dipendenti, da tutti gli stakeholder, dal coinvolgimento e dalla fiducia che essi pongono in un grande progetto territoriale, al fine di continuare a considerare la persona al centro dell'entità Banca.

A tutti un invito a non leggere semplicemente il Bilancio Sociale, ma a "viverlo", sforzandosi di coniugare quello che è il diritto ad una gestione etica e trasparente del risparmio, con l'assunzione di responsabilità consona al ruolo di ciascuno, socio, dipendente, risparmiatore, amministratore, fornitore di servizi per la Banca.

**Franco Cavallo**

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



### Introduzione al bilancio sociale

Da alcuni anni la concezione secondo la quale massimizzare il profitto aziendale significa produrre benessere per la collettività in termini di beni, ricchezza ed occupazione è ormai tramontata per effetto delle pressioni provenienti dalla collettività, organizzata in gruppi di interesse sempre più consapevoli dei loro diritti. Al mutato contesto socio – economico le imprese si sono adattate assumendo un nuovo ruolo che contempla l'adempimento di una funzione sociale al fine di soddisfare le giuste aspettative dei diversi interlocutori (stakeholder). Da qui nasce il problema per le imprese di raggiungere una **legittimazione sociale**, ovvero di ottenere il maggior consenso possibile.

In tale contesto al Bilancio Sociale, strumento di conoscenza e di cultura aziendale, viene attribuita una funzione informativa sui contenuti sociali delle strategie e dei risultati aziendali, al fine di conseguire obiettivi particolari, quali:

- trasmettere un'informazione trasparente sulla qualità dell'attività aziendale;
- diffondere notizie sulle peculiarità della cultura aziendale;
- comunicare il sistema di valori di riferimento dell'organizzazione;
- descrivere come l'azienda abbia perseguito insieme al profitto anche l'obiettivo della continuità della propria esistenza, adattandosi al cambiamento delle condizioni ambientali;
- esprimere il valore aggiunto;
- far conoscere i mezzi impiegati per il rispetto e la valorizzazione della centralità della persona e la tutela dell'ambiente, al fine di migliorare sia il rapporto tra produzione e produttività, che lo scambio quali/quantitativo con il contesto di riferimento in termini di "qualità della vita".

Il Bilancio Sociale 2004 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) **Proposta di miglioramento futuro** per orientare sempre più la gestione verso obiettivi di sviluppo socialmente sostenibili.

Il documento ha la finalità di favorire un dialogo partecipativo della banca con i suoi interlocutori. A tal fine la banca intende procedere alla rilevazione del gradimento dei dipendenti ed interlocutori esterni sul contenuto del presente documento e, più in generale, sulla capacità di contribuire allo sviluppo sostenibile.

I risultati della rilevazione saranno pubblicati nel Bilancio Sociale 2005.



San Marzano di S. G.: momenti della festa patronale, processione della legna

## 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

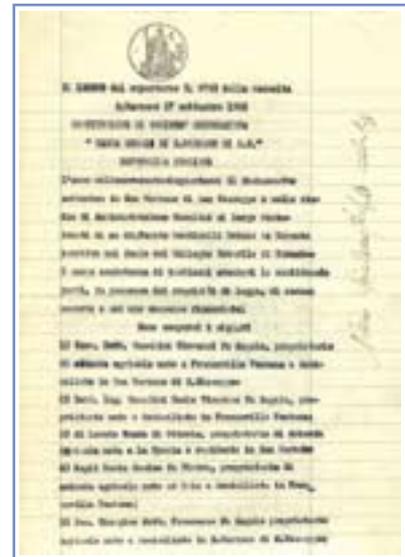
Il 25 ottobre 1956 i quarantatré soci fondatori, alla presenza del notaio Fausto Ponticelli, firmano l'atto costitutivo della **Cassa Rurale di San Marzano di San Giuseppe** allo scopo di:

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

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

Nei successivi anni vengono inaugurate le filiali di Grottaglie (1996), Taranto, Faggiano (2000) e Villa Castelli (2001). 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.



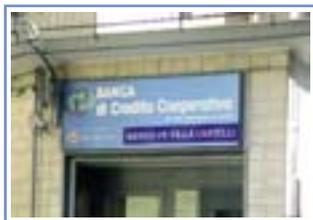
**1991**

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

**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

**2003**

Viene aperta la filiale di Villa Castelli



## 1.2 Contesto di riferimento

### 1.2.1 Le Banche di Credito Cooperativo

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

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

Le BCC in Italia							Incidenze nel 2004 della BCC di S. Marzano
	2002		2003		2004		
Banche		470		446		443	0,23%
Sportelli		3.000		3.332		3.441	0,17%
Soci	circa	635.000	circa	647.000	oltre	715.000	0,10%
Amministratori		6.000		6.000		6.000	0,15%
Clienti affidati			circa	1.347.000	oltre	1.643.000	0,12%
Dipendenti	circa	25.000	circa	25.000	oltre	26.000	0,20%

Fonte dati Federcasse al 30 settembre 2004

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





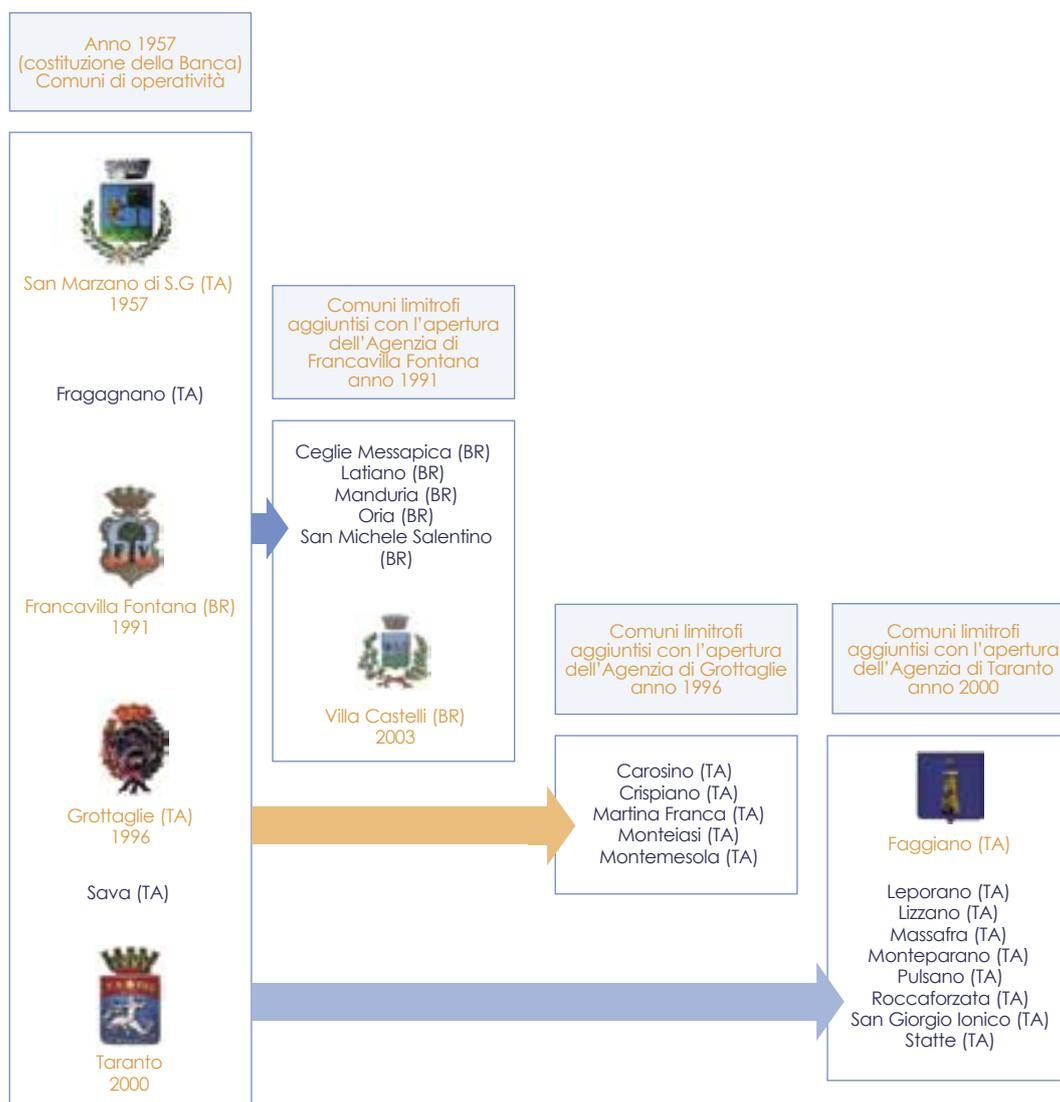
### 1.2.1 Il territorio di operatività

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







## 1.2.2 Rete Commerciale

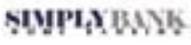
### Rete Sportelli

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
-  Faggiano (TA)
-  Villa Castelli (BR)

### Canali Virtuali

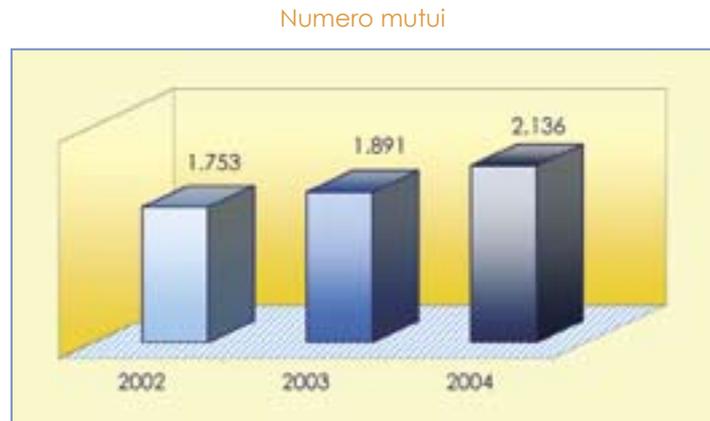
La Banca è presente in rete sul sito [www.bccsmarzano.it](http://www.bccsmarzano.it) e offre alla clientela i seguenti servizi:

-  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

### 1.2.3 Evoluzione di alcuni prodotti

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

Numero mutui	
Anno	N. mutui
2002	1.753
2003	1.891
2004	2.136



Numero conti correnti	
Anno	N. conti correnti
2002	5.015
2003	5.617
2004	6.459



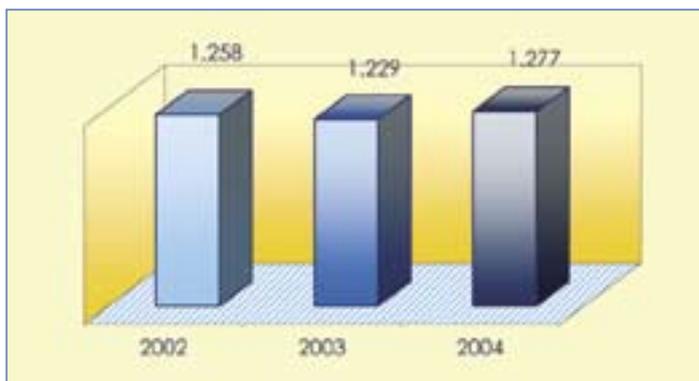
Numero depositi a risparmio	
Anno	Depositi a risparmio
2002	5.069
2003	5.407
2004	5.543





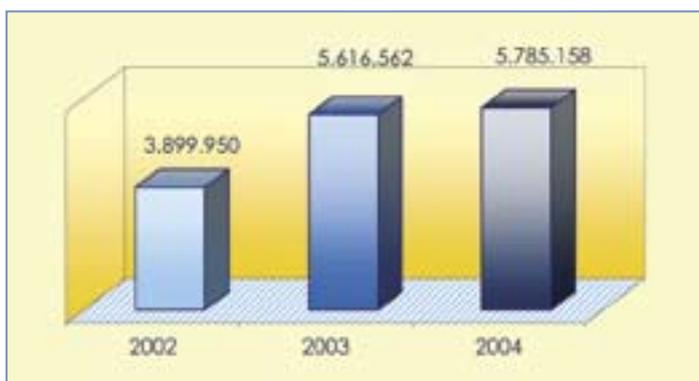
Numero certificati di deposito	
Anno	Certificati di deposito
2002	1.258
2003	1.229
2004	1.277

Numero certificati di deposito



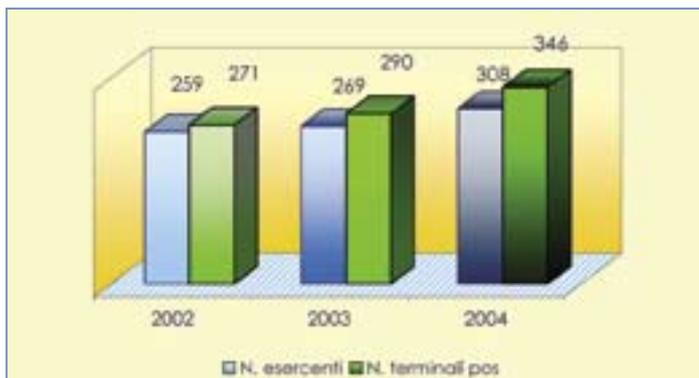
Risparmio gestito (importo)	
Anno	Risparmio gestito
2002	3.899.950
2003	5.616.562
2004	5.785.158

Risparmio gestito (importo)



Numero terminali pos/ esercenti		
Anno	N. esercenti	N. terminali pos
2002	259	271
2003	269	290
2004	308	346

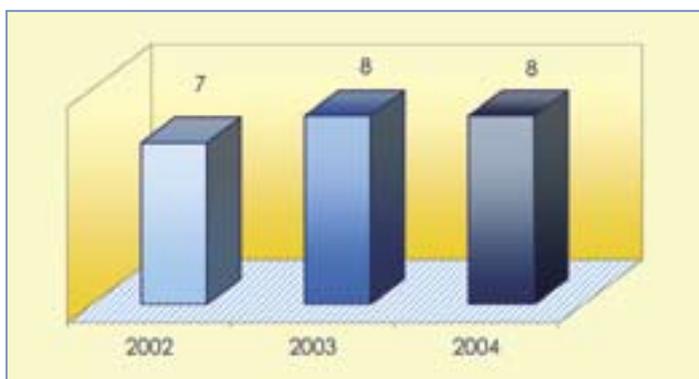
Numero terminali pos/ esercenti



### Numero terminali ATM

Anno	N. terminali ATM
2002	7
2003	8
2004	8

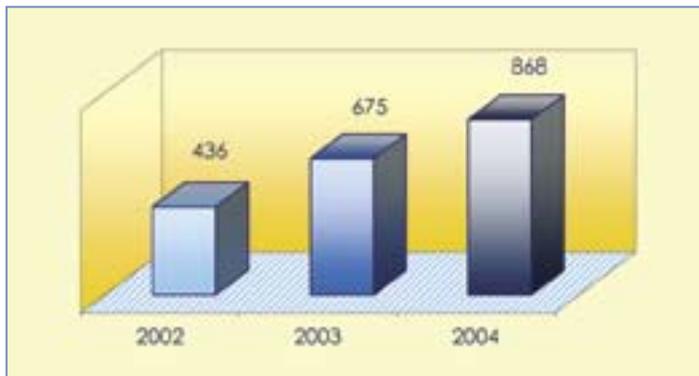
### Numero terminali ATM



### Numero utenti Home Banking

Anno	N. Home Banking
2002	436
2003	675
2004	868

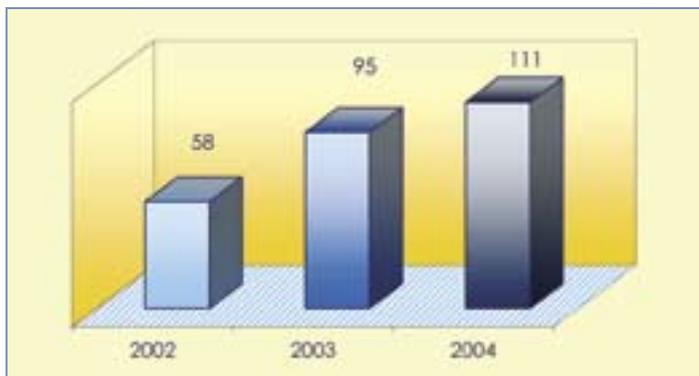
### Numero utenti Home Banking



### Numero utenti SMS Banking

Anno	N. SMS Banking
2002	58
2003	95
2004	111

### Numero utenti 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 nel loro territorio: lo sviluppo e la piena fruizione delle risorse e la piena fruizione delle opportunità.

**1. Primato e centralità della persona**

Il Credito Cooperativo ispira le proprie attività all'attenzione 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 soci, dai clienti e dai collaboratori - per valorizzarlo nel tempo.

**2. Impiego**

L'impiego del Credito Cooperativo al momento, in particolare, nel soddisfarne i bisogni finanziari dei soci e dei clienti, consiste nel migliorarlo, attraverso la qualità e l'efficienza delle prestazioni e delle operazioni dei prodotti e dei servizi.

Il Credito Cooperativo favorisce la crescita umana, sociale e culturale e beneficia dei soci e delle comunità locali e "vicine" e vicine.

La rete di servizi, la buona conoscenza del territorio, l'esperienza nella relazione con i soci e clienti, l'esperienza nella vita della comunità professionale, l'esperienza nei confronti dei soci e dei clienti sono per chi costituisce le banche del Credito Cooperativo e per chi vi presta le proprie attività professionali.

**3. Assistenza**

L'assistenza è uno dei pilastri fondamentali del Credito Cooperativo. Tale principio si realizza e si integra nel "servizio" del Credito Cooperativo.

**4. Promozione della partecipazione**

Il Credito Cooperativo promuove la partecipazione al proprio lavoro e in particolare, in quelle che sono alla base della cooperazione.

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

**5. Cooperazione**

La rete cooperativa è il proprio del momento. L'azione delle banche, il lavoro di gruppo, la collaborazione locale, gli interventi sono il frutto della cooperazione di credito. La cooperazione tra le banche cooperative attraverso le iniziative locali, regionali, nazionali e internazionali è a condizione che promuovano l'autonomia e migliorino il servizio ai soci e clienti.

**6. Unità, servizio e benefici**

Il Credito Cooperativo ha sempre il bene. Il conseguimento di un obiettivo, non la distribuzione del profitto, è la meta che guida la gestione del Credito Cooperativo. Il risultato delle attività gestite è a vantaggio del proprio bene, la promozione del benessere del territorio, del servizio ai soci e clienti, del Credito Cooperativo.

Fino a dove è possibile, il Credito Cooperativo è aperto all'imprenditoria e all'attività di sviluppo economico, sociale e culturale del territorio, nonché all'attività di sviluppo della propria banca cooperativa.

Il Credito Cooperativo sociale si è dedicato alle attività di rafforzamento della comunità, in attività che non si può realizzare dall'alto - e ad altre attività di sviluppo sociale, culturale e umano.

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

I soci del Credito Cooperativo possono, con la modalità più opportuna, ottenere benefici e proporzioni all'attività lavorativa e al proprio bene, attraverso la propria banca cooperativa.

**7. Promozione dello sviluppo locale**

Il Credito Cooperativo è impegnato nello sviluppo locale che lo sostiene e che lo sostiene. Il Credito Cooperativo è impegnato in attività che favoriscono lo sviluppo locale, il benessere del territorio, il servizio ai soci e clienti, del Credito Cooperativo.

Il Credito Cooperativo è impegnato in attività che favoriscono lo sviluppo locale, il benessere del territorio, il servizio ai soci e clienti, del Credito Cooperativo.

**8. Innovazione e progresso**

Il Credito Cooperativo si impegna a favorire la crescita delle competenze e delle professionalità degli operatori, dirigenti, collaboratori e il servizio e la diffusione della cultura economica sociale, civile e umana nelle comunità locali.

**9. Soci**

I soci del Credito Cooperativo sono il punto di riferimento del Credito Cooperativo. Il Credito Cooperativo è impegnato nel proprio servizio e di collaborazione con i soci e clienti, del Credito Cooperativo.

**10. Amministrazione**

Il Credito Cooperativo è impegnato nel proprio servizio e di collaborazione con i soci e clienti, del Credito Cooperativo.

**11. Dipendenti**

Il Credito Cooperativo è impegnato nel proprio servizio e di collaborazione con i soci e clienti, del Credito Cooperativo.



## 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**
- l'**educazione al risparmio e alla previdenza**

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

### 1.5 Assetto istituzionale ed organizzativo

#### 1.5.1 Assetto Istituzionale

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

#### 1.5.2 Corporate Governance

Il capitale sociale, al 31 dicembre 2004, è composto da n. 14.032 azioni, sottoscritte da 703 soci, residenti prevalentemente nelle province di Taranto e Brindisi.

##### Elementi significativi della Corporate Governance

- Voto capitario: ogni socio ha diritto di esprimere in assemblea un solo voto, indipendentemente dal numero delle azioni possedute.
- Limite del 5% per il possesso azionario: ogni socio può possedere massimo il 5% del capitale sociale.
- Destinazione del 97% dell'utile di esercizio a riserva legale indivisibile: il restante 3% dell'utile d'esercizio (in base alla Legge Finanziaria 2005 - 30.12.2004, n.311, recante disposizioni in merito al nuovo regime fiscale delle Società Cooperative) è attribuito ai fondi mutualistici per la promozione e lo sviluppo della cooperazione (art. 49 dello Statuto).

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

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

###### Consiglio di Amministrazione

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 2004, 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 2004 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

### 1.5.3 Partecipazioni ed alleanze

Nel 2004 le partecipazioni della Banca in altre imprese si distinguono nelle seguenti due tipologie:

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

Nel corso del 2004 ha rafforzato le alleanze con società prodotte nazionali ed internazionali, nell'ottica di poter offrire prodotti e servizi sempre più diversificati ed idonei alle molteplici esigenze della propria clientela in costante crescita numerica e qualitativa..

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



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

	<p>Negoziazione conto terzi Gestione su base individuale di portafogli di investimento per c/terzi SICAV</p>
	<p>Prestito - Prestito personale Convenzionamenti esercenti Carta Revolving VITA</p>
	<p>SICAV classe A e B</p>
	<p>Fondi di fondi SICAV Fondi comuni di investimento</p>
	<p>Unit linked: Euros Plan Piano di risparmio a prezzo ricorrente: Rassicura Plan Polizza a premio unico: Rassicura</p>
	<p>Leasing strumentale, immobiliare, auto, al consumo.</p>
	<p>Mutui a tasso fisso e variabile</p>

\* Partnership assunta nel 2004



## 1.6 Sustainability Governance

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

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

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

Tipologia di controllo	Caratteristiche
Controlli di linea (primo livello)	Sono basati su un corpus normativo interno di sette manuali operativi (disponibili in rete per tutti i dipendenti), che prevedono regole di comportamento e disposizioni per ciascuna funzione.
Controlli sulla gestione dei rischi (secondo livello)	Sono affidati all'Ufficio 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.

### 1.6.2 Bilancio Sociale

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

La BCC di S. Marzano di S.G., dopo la prima esperienza di Bilancio Sociale per l'anno 2002 e la consecutiva rilevazione del consenso con il Bilancio Sociale per l'anno 2003, in virtù dei risultati positivi conseguiti con i vari stakeholder, intende dare continuità anche al processo di gestione responsabile e sostenibile fondato sullo strumento del Bilancio Sociale. Tale processo, si ritiene che possa contribuire a rafforzare la presenza della Banca nella struttura socio – economica del territorio cui la Banca opera.

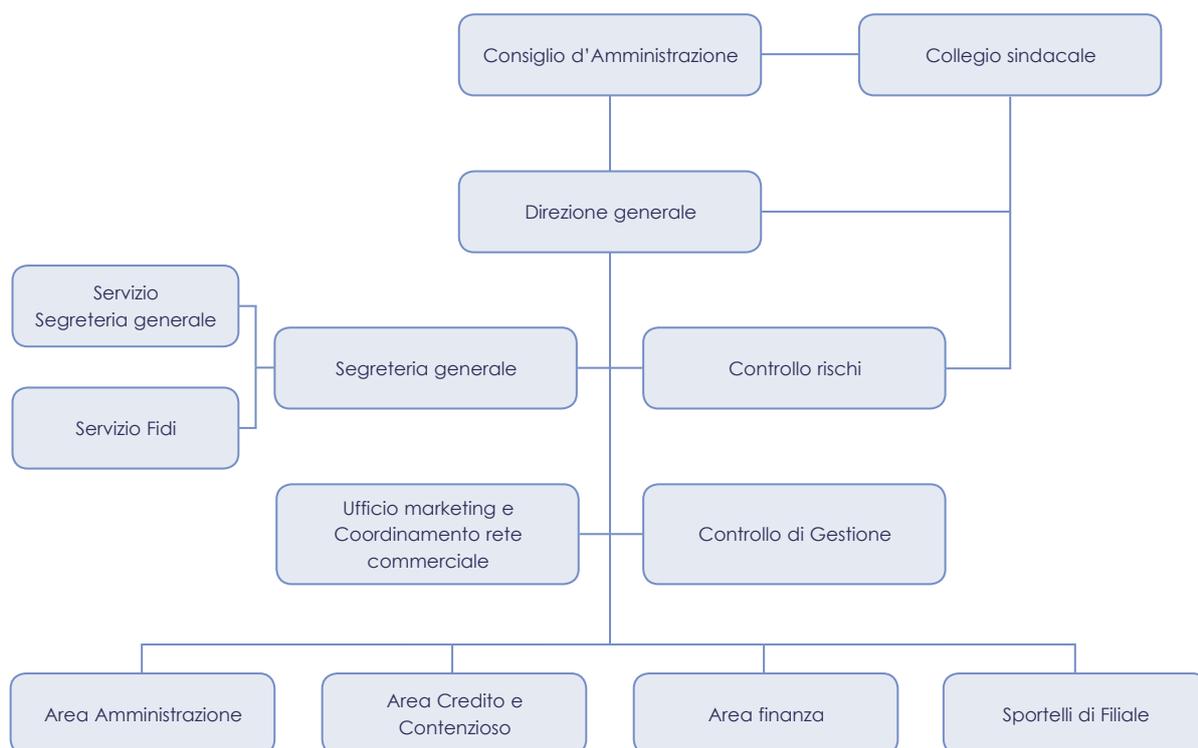
<sup>1</sup>Le istruzioni di Vigilanza della Banca d'Italia prevedono che le banche di ridotte dimensioni possano affidare il servizio di Internal Audit (controllo di terzo livello) a soggetti terzi.

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.

### 1.6.3 Assetto organizzativo

L'organigramma, approvato nel corso del 2003, è stato sostanzialmente confermato durante tutto il 2004, allo scopo di consolidare le potenzialità in esso insite e tese a migliorare ed incrementare l'efficacia dei processi gestionali ed operativi e ad elevare il livello di efficienza, flessibilità e produttività dei processi.

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



### Il mercato del credito

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

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

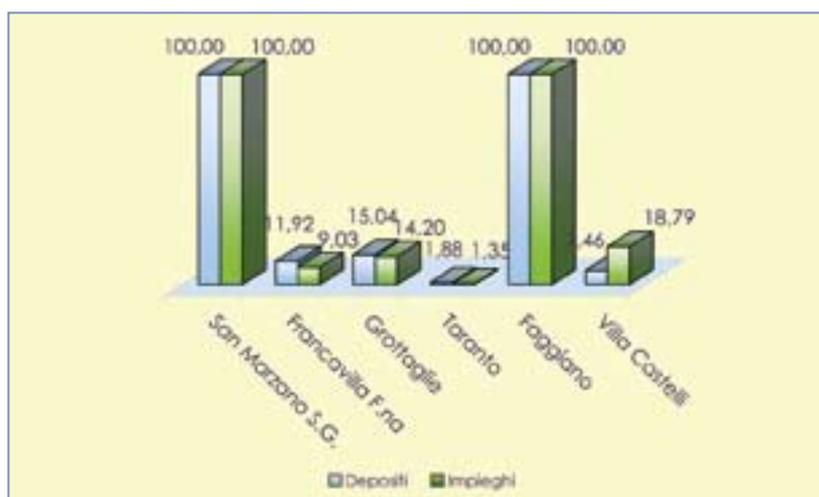
La Banca continua a svolgere una significativa azione di impulso e di sostegno all'economia locale, in un momento in cui gli Istituti di caratura nazionale sono sempre più impegnati in uno sforzo di consistenti ristrutturazioni organizzative e quindi meno attente alle necessità ed alle aspettative del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



Quote di mercato a destinazione *							
Comune di residenza della filiale	Quota % sul numero di sportelli in comune	2002		2003		2004	
		Quote di mercato		Quote di mercato		Quote di mercato	
		Depositi	Impieghi	Depositi	Impieghi	Depositi	Impieghi
San Marzano di S.G.	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Francavilla F.na	8,33	8,57	10,03	10,23	7,61	11,92	9,03
Grottaglie	11,11	14,81	17,39	15,50	15,90	15,04	14,20
Taranto	1,52	1,12	1,76	1,35	0,87	1,88	1,35
Faggiano	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Villa Castelli	33,33	n.d	n.d	3,71	6,79	7,46	18,79

\* Dati in milioni di euro dal sistema di Controllo di Gestione incrociati con i dati Banca d'Italia

Quote di mercato a destinazione 31.12.2004



Anche nel 2004 la presenza della BCC di San Marzano di S.G. nel territorio di competenza si è fatta sentire sempre di più attraverso l'erogazione del credito ed ha contribuito in modo significativo a soddisfare le esigenze finanziarie delle imprese produttive e le aspettative economiche della popolazione.

### 1.7 Disegno strategico

#### 1.7.1 Piano strategico triennio 2002 - 2004

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 e perseguito il Piano Strategico per il triennio 2002-2004.

Gli obiettivi in esso contenuti sono riportati nel seguente box.

#### 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

#### 1.7.2 Piano strategico triennio 2005 - 2007

La Banca già nel corso del 2003, aveva avviato i lavori di approntamento del nuovo piano strategico per gli anni 2005 – 2007, in considerazione del fatto che tutti gli obiettivi del precedente piano erano stati raggiunti e superati con largo anticipo, lavorando, pertanto, già nel 2004 al nuovo piano.



#### Obiettivi strategici 2002-2004

- INCREMENTO DELLA RACCOLTA: **diretta** (6% annuo), puntando principalmente sulla forma tecnica del conto corrente; **indiretta** (8% annuo), attraverso il collocamento di prodotti e servizi offerti dal Gruppo ICCREA o da Società prodotto con cui si sono realizzati accordi ed alleanze. Tale obiettivo sarà perseguito mediante una serie di campagne commerciali, tese alla promozione di singoli prodotti.
- IMPIEGHI: l'incremento degli impieghi in termini di volumi deve essere in funzione del miglioramento della qualità del credito erogato. Tale attività sarà realizzata attraverso la formazione ed il potenziamento delle strutture dedicate alla concessione e monitoraggio del credito.
- INCREMENTO DEL PATRIMONIO: una consistente patrimonializzazione consente all'Istituto di avere una posizione per lo sviluppo sostenibile del territorio.
- SVILUPPO STRATEGICO ED ORGANIZZATIVO: rafforzamento e potenziamento di Uffici e Funzioni ritenute fondamentali al fine di aumentare l'efficienza ed analisi di piazze limitrofe per future aperture di nuove Agenzie.
- Allargare e qualificare la compagine sociale.

### 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 2003.

### Piano Programmatico

Aree funzionali	Linee politiche	Valutazione stato attuazione 2003	Valutazione stato attuazione 2004
Personale	• Continuare a puntare sulla formazione continua per migliorare costantemente la professionalità di tutti i dipendenti	★★	★★★
	• Assumere nuove unità con contratti di lavoro a tempo determinato, formazione lavoro, interinali	★★★	★★★
Organizzazione	• Migliorare in maniera continua sia i processi interni che i sistemi di supporto alle decisioni aziendali	★★	★★★
	• Aprire almeno una nuova filiale	★	★★★
Approvvigionamenti e Partnership	• Promuovere ipotesi di aggregazione con consorelle	★	★
	• Sviluppare accordi commerciali con strutture bancarie del nord Italia	★★★	★★★
	• Migliorare continuamente i rapporti con le società prodotte di ICCREA Holding	★★	★★
	• Sviluppare accordi con le migliori società prodotte presenti sul mercato al fine di completare l'offerta di prodotti finanziari d'avanguardia	★★★	★★★
Amministrazione	• Incrementare l'efficienza dei controlli interni	★★	★★
	• Attivare i controlli di terzo livello	★★★	★★★
	• Portare la compagine sociale a cento soci	★★	★★★
Marketing	• Acquisire nuova clientela attraverso prodotti e servizi di qualità	★★★	★★★
	• Monitorare e aumentare la customer satisfaction	★★	★★
	• Varare un "pacchetto soci" completo e personalizzato, capace di garantire sempre più vantaggi distintivi per la compagine sociale	★★	★★★
Comunicazione	• Migliorare la conoscenza, a livello locale, del Sistema del Credito Cooperativo	★★★	★★★
	• Favorire la diffusione della cultura finanziaria attraverso i mezzi di informazione locali	★★★	★★★
	• Perfezionare gli standard di comunicazione con tutti gli stakeholder attraverso il processo di Bilancio Sociale	★★	★★★

Legenda:

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

Per quanto attiene i punti dello schema precedentemente contraddistinti da due asterischi e quindi in corso di realizzazione, restano oggetto del piano strategico 2005 - 2007.



San Marzano di S. G.: restauro della Cona del Rosario - Chiesa dell'Addolorata

## 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			
	2002	2003	2004
Totale attivo	124.999.171	140.375.519	162.456.611
Impieghi finanziari complessivi (clientela e banche)	71.778.950	78.333.243	100.143.629
Raccolta diretta della clientela	109.494.513	123.467.086	145.492.889
Patrimonio netto	11.088.447	12.031.111	13.142.678
Crediti verso clientela	50.453.084	63.204.614	85.653.685
Margine di interesse	4.628.246	4.733.387	5.224.040
Margine di intermediazione	6.109.581	6.257.692	7.529.882
Ricavi netti da servizi	1.015.966	1.135.799	1.382.026
Spese amministrative	3.920.204	4.392.956	5.025.732
Risultato lordo di gestione (rif.mod. ABI/IBS bil.sociale)	2.189.377	1.864.736	2.504.150
Risultato netto	928.073	947.065	1.057.208

Anche nel 2004 i dati evidenziano una forte crescita confermando la capacità della Banca di realizzare programmi sostenibili di sviluppo di medio-lungo periodo. Particolarmente significativo è il dato del risultato netto che, nel 2004, ha registrato un incremento del 11,63% rispetto al 2003, anno in cui l'incremento dell'utile si era attestato ad un 2,05% confrontato con il 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

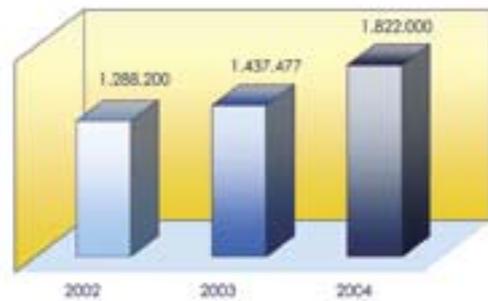
Spese amministrative/Margine di intermediazione



## A. Indici di efficienza del personale

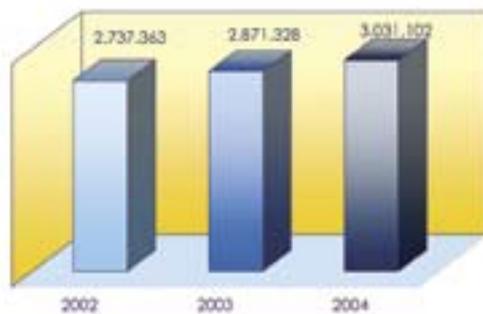
Impieghi a clientela / Numero dipendenti			
Anno	Impieghi a clientela (al lordo delle svalutazioni e al netto del prestito titoli)	Numero medio dipendenti	Ratio
2002	51.528.000	40	1.288.200
2003	61.811.492	43	1.437.477
2004	87.456.000	48	1.822.000

Impieghi al lordo delle svalutazioni per dipendente



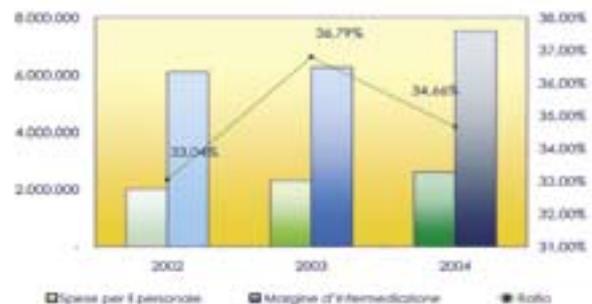
Raccolta diretta da clientela / Numero dipendenti			
Anno	Raccolta diretta da clientela (escluse operazioni PCT e prestito titoli)	Numero medio dipendenti	Ratio
2002	109.494.513	40	2.737.363
2003	123.467.086	43	2.871.328
2004	145.492.889	48	3.031.102

Raccolta diretta da clientela / Numero dipendenti



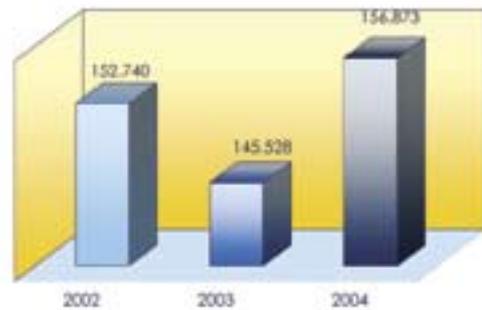
Spese per il personale / Margine d'intermediazione			
Anno	Spese per il personale	Margine d'intermediazione	Ratio
2002	2.018.847	6.109.581	33,04%
2003	2.302.222	6.257.692	36,79%
2004	2.610.222	7.529.882	34,66%

Spese per il personale / Margine d'intermediazione



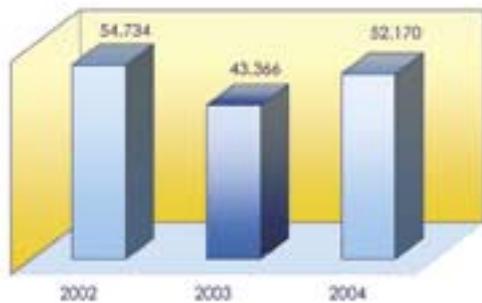
Margine d'intermediazione / N. medio dipendenti			
Anno	Margine d'intermediazione	Numero medio dipendenti	Ratio
2002	6.109.581	40	152.740
2003	6.257.692	43	145.528
2004	7.529.882	48	156.873

Margine d'intermediazione / N. medio dipendenti



Risultato lordo per dipendente			
Anno	Risultato lordo	Numero medio dipendenti	Ratio
2002	2.189.377	40	54.734
2003	1.864.736	43	43.366
2004	2.504.150	48	52.170

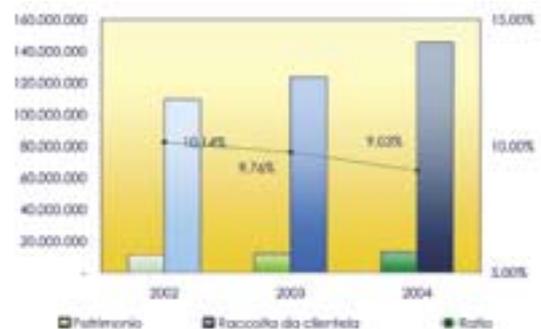
Risultato lordo per dipendente



### B. Indici patrimoniali

Patrimonio netto / Raccolta da clientela			
Anno	Patrimonio (incluso f.do Rischii Bancari Generali)	Raccolta da clientela (escluse operazioni PCT e prestito titoli)	Ratio
2002	11.105.899	109.494.513	10,14%
2003	12.053.442	123.467.086	9,76%
2004	13.142.678	145.492.889	9,03%

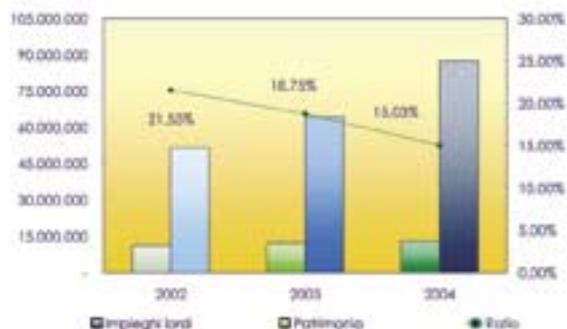
Patrimonio netto / Raccolta da clientela





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
2002	11.105.899	51.528.000	21,55%
2003	12.053.442	64.30.000	18,75%
2004	13.142.678	87.456.000	15,03%

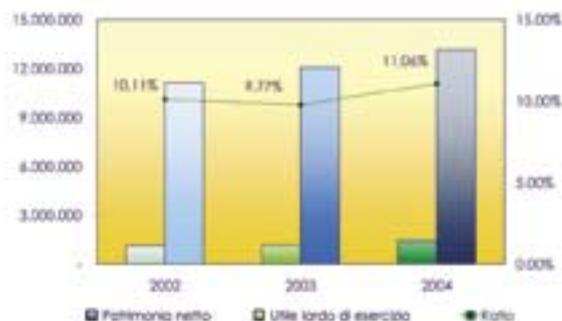
Patrimonio netto / impieghi al lordo svalutazioni



### C. Indicatori di profilo reddituale

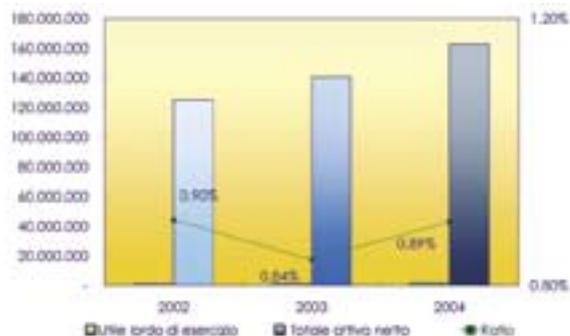
R.O.E.			
Anno	Utile lordo d'esercizio	Patrimonio netto	Ratio
2002	1.122.513	11.105.899	10,11%
2003	1.177.030	12.053.442	9,77%
2004	1.453.944	13.142.678	11,06%

R.O.E.



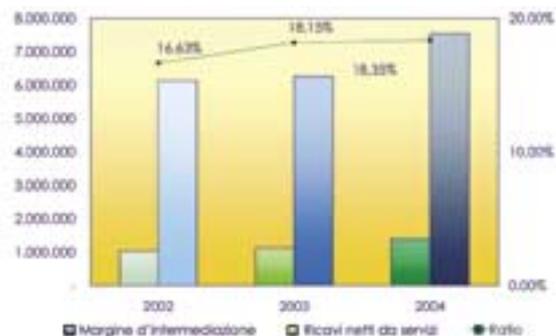
R.O.A.			
Anno	Utile lordo d'esercizio	Totale attivo netto	Ratio
2002	1.122.513	124.999.171	0,90%
2003	1.177.030	140.375.519	0,84%
2004	1.453.944	162.456.611	0,89%

R.O.A.



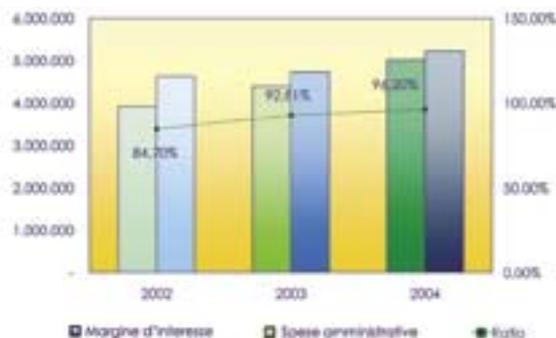
Ricavi netti da servizi / Margine d'intermediazione			
Anno	Ricavi netti da servizi	Margine d'intermediazione	Ratio
2002	1.015.966	6.109.581	16,63%
2003	1.135.799	6.257.692	18,15%
2004	1.382.026	7.529.882	18,35%

Ricavi netti da servizi / Margine d'intermediazione



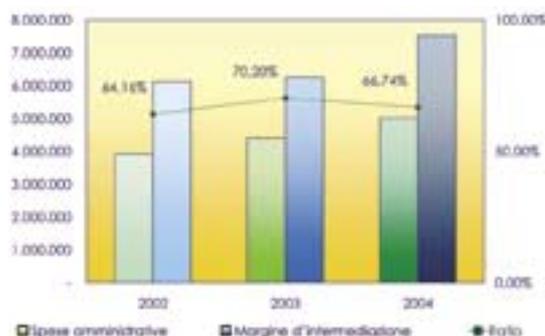
Spese amministrative / Margine d'interesse			
Anno	Spese amministrative	Margine d'interesse	Ratio
2002	3.920.204	4.628.246	84,70%
2003	4.392.956	4.733.387	92,81%
2004	5.025.732	5.224.040	96,20%

Spese amministrative / Margine d'interesse



Spese amministrative / Margine d'intermediazione			
Anno	Spese amministrative	Margine d'intermediazione	Ratio
2002	3.920.204	6.109.581	64,16%
2003	4.392.956	6.257.692	70,20%
2004	5.025.732	7.529.882	66,74%

Spese amministrative / Margine d'intermediazione



Tutti gli indici mostrano che la crescita della Banca è economicamente sostenibile, ad eccezione degli indici patrimoniali. E' scesa, infatti, al 15,03% (18,75% nel 2003) la copertura degli impieghi tramite il Patrimonio netto; il rapporto Patrimonio netto su raccolta è a 9,03% (9,75% nel 2003). Per questo motivo la Banca si è posta tra gli obiettivi strategici 2005 - 2007 di incrementare il Patrimonio.



## 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			
	2002	2003	2004
Ricavi			
Interessi attivi e proventi assimilati	6.541.691	6.537.932	6.934.557
Commissioni attive	1.169.067	1.339.160	1.647.006
Altri ricavi:			
- dividendi e altri proventi	67.386	41.966	33.384
- profitti netti da operazioni finanziarie			111.496
- altri proventi di gestione	696.810	701.538	845.704
<b>1. TOTALE PRODUZIONE LORDA</b>	<b>8.474.954</b>	<b>8.620.596</b>	<b>9.572.147</b>
Consumi			
Interessi passivi e oneri assimilati	-1.980.831	-1.846.511	-1.743.901
Commissioni passive	-220.487	-245.327	-298.364
Perdite nette da operazioni finanziarie	-164.055	-271.066	0
Altre Spese amministrative (1)	-1.532.448	-1.660.222	-2.002.008
Rettifiche/Riprese di valore su crediti	-517.494	-132.840	-712.115
Accantonamenti per rischi ed oneri	-58.474	-75.977	-6.500
Accantonamenti ai fondi rischi su crediti	-4.520	-21.396	0
<b>2. TOTALE CONSUMI</b>	<b>-4.478.309</b>	<b>-4.253.339</b>	<b>-4.762.888</b>
<b>3. VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO</b>	<b>3.996.645</b>	<b>4.367.257</b>	<b>4.809.259</b>
Componenti straordinari:			
- proventi straordinari	83.124	94.495	106.778
- oneri straordinari	-135.288	-128.648	-86.414
<b>4. VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO</b>	<b>3.944.481</b>	<b>4.333.104</b>	<b>4.829.623</b>
Ammortamenti	-434.212	-423.340	-351.955
<b>5. VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO</b>	<b>3.510.269</b>	<b>3.909.764</b>	<b>4.477.668</b>
Costo del lavoro:			
- diretto	-1.674.709	-1.879.278	-2.182.269
- indiretto	-344.138	-422.944	-427.953
Costo del personale non dipendente	-78.706	-111.916	-90.268
Elargizioni e liberalità	-52.203	-38.504	-33.341
Imposte e tasse indirette e patrimoniali	-238.000	-280.092	-289.893
<b>6. RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE</b>	<b>1.122.513</b>	<b>1.177.030</b>	<b>1.453.944</b>
Variazione del Fondo Rischi Bancari Generali			
Imposte sul reddito d'esercizio	-194.440	-229.965	-396.736
<b>7. RISULTATO DI ESERCIZIO</b>	<b>928.073</b>	<b>947.065</b>	<b>1.057.208</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

	2002	2003	2004
1. RICAVI	8.474.954	8.620.596	9.572.147
2. CONSUMI	-4.478.309	-4.253.339	-4.762.888
COMPONENTI STRAORDINARIE NETTE	-52.164	-34.153	20.364
3. VALORE AGGIUNTO GLOBALE	3.944.481	4.333.104	4.829.623
Ripartito tra:			
A. RISORSE UMANE	2.097.553	2.414.138	2.700.490
Costo del personale dipendente:			
- diretto	1.674.709	1.879.278	2.182.269
- indiretto	344.138	422.944	427.953
Costo del personale non dipendente	78.706	111.916	90.268
B. SISTEMA ENTI / ISTITUZIONI (AMMINISTRAZIONE CENTRALE E PERIFERICHE)	432.440	510.057	686.629
Imposte e tasse indirette e patrimoniali	238.000	280.092	289.893
Imposte sul reddito dell'esercizio	194.440	229.965	396.736
di cui:			
- Amministrazione centrale	270.440	358.057	499.629
- Autonomie locali	162.000	152.000	187.000
C. COMUNITA' LOCALE	52.203	38.504	33.341
Elargizioni e liberalità	52.203	38.504	33.341
D. PROMOZIONE DELLA COOPERAZIONE	8.352	8.524	31.716
Fondo mutualistico per lo sviluppo della cooperazione	8.352	8.524	31.716
E. PATRIMONIO PER LO SVILUPPO LOCALE	1.353.933	1.361.881	1.377.447
Riserve non distribuite e variazione del Fondo Rischi bancari generali	919.721	938.541	1.025.492
Ammortamenti	434.212	423.340	351.955
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	3.944.481	4.333.104	4.829.623

I dati dell'esercizio 2004 evidenziano che:

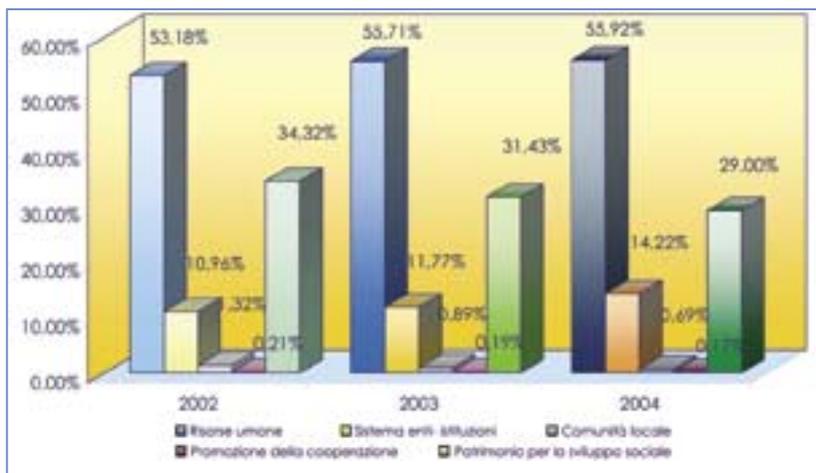
- il 55.92% del valore aggiunto è attribuito al **personale dipendente** (salari e stipendi 1.888 mila euro, oneri sociali 439 mila euro, TFR 65 mila euro, Fondo di previdenza di categoria 103 mila euro ed altre spese 115 mila euro, in quest'ultima voce sono compresi buoni pasto, cassa mutua, rimborsi spese e assicurazioni) e **non dipendente** (compensi ad Amministratori e Sindaci per 64 mila euro, a lavoratori interinali per 20 mila euro ed a tirocinanti per formazione lavoro 6 mila euro);



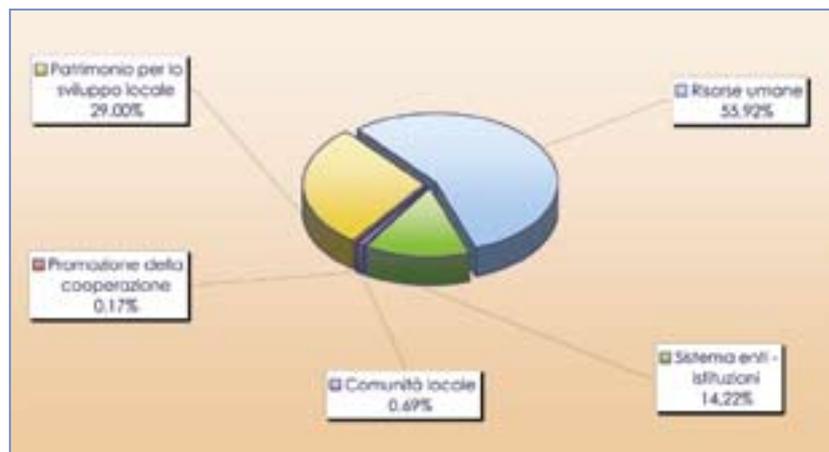
- il 29,00% (1.401 mila euro) è di pertinenza del **patrimonio per lo sviluppo locale**: si tratta di ammortamenti e accantonamenti a riserve che, nel migliorare il grado di patrimonializzazione della Banca, garantiscono un'autonomia societaria e gestionale e consentono di investire in progetti di miglioramento futuro;
- il 14,22% (687 mila euro) è attribuito al **sistema Enti e Istituzioni** sotto forma di imposte e tasse;
- lo 0,69% (33 mila euro) è assegnato alla **comunità locale** per finalità filantropiche sotto forma di liberalità esterne ed altre iniziative a scopo socio-culturale;
- lo 0,17% (8 mila euro) è attribuito al **sistema cooperativo** per la promozione dello stesso.

A chiusura dell'esercizio 2004 il valore aggiunto globale lordo ha fatto registrare un incremento del 11,46% rispetto all'anno precedente per un totale di 4.830 mila euro.

### Distribuzione del valore aggiunto



### Distribuzione del valore aggiunto nel 2002





Premiazione socio più anziano: Dott. Vincenzo Malagnino



### 3. Relazione sociale

---

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

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

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

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

#### 3.1.1 Obiettivi



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

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

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

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

#### 3.1.2 Politica delle assunzioni

La politica delle assunzioni è attenta a reperire dal mercato del lavoro professionalità in grado di accrescere il patrimonio di competenze complessive e di supportare i piani di sviluppo aziendali. I criteri di selezione dei nuovi assunti del 2004 (tutti impiegati) hanno privilegiato: l'età (under 30); titolo di studio; appartenenza al territorio di operatività; eventuali precedenti positive esperienze lavorative in Banca (come interinali / contratti a tempo determinato); oltre alle attitudini personali. Questa ricerca esterna non prescinde dal considerare le legittime aspirazioni di crescita professionale del personale già in organico.

*Nel 2004 sono stati assunti 7 impiegati per potenziare l'organico delle filiali di nuova apertura e degli uffici centrali, cui si sono aggiunti 4 contratti di collaborazione coordinata e continuativa.*



### Assunzioni

	2002	2003	2004
Numero Curricula	128	140	326
Numero Assunzioni	5	7	7



### Tipologia dei contratti di assunzione

	2002	2003	2004
Numero Contratti di inserimento (ex formaz. lav.)	2	3	2
Numero Contratti a tempo determinato	2	4	5
Numero Contratti a tempo indeterminato	1	0	0
Totale	5	7	7

### 3.1.3 Composizione del personale

Il personale dipendente in servizio alla data del 31 dicembre 2004 è pari a 50 unità (5 unità in più rispetto all'anno precedente).

L'età media del personale è di 37,32 anni (37,8 nel 2003)

#### Lavoratori interinali

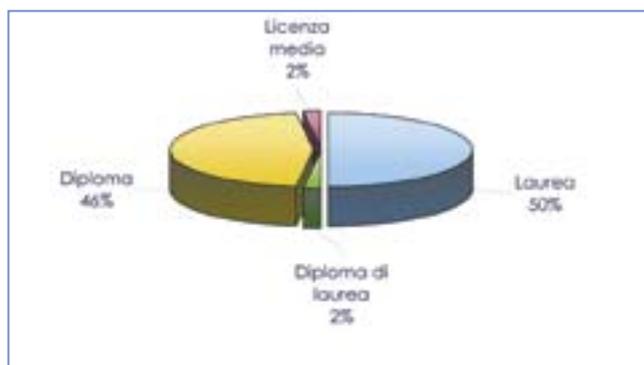
Nel 2004 è stato sottoscritto un contratto (5 nel 2003) ex Legge n.196/97 (lavoro interinale) per soddisfare esigenze di carattere transitorio, legate prevalentemente al potenziamento del front-office nelle filiali.

Il lavoro interinale coperto nell'anno 2004 complessivamente 540 ore.

Suddivisione del personale per fascia d'età						
Fascia d'età	2002		2003		2004	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
< 30	2	3	3	2	5	3
30-35	9	5	9	8	8	6
36-40	9	2	9	2	13	3
41-45	4		4		3	1
46-50	2	1	3	1	3	1
50	4		4		4	
Totale (al 31 dicembre)	30	11	32	13	36	14

#### Titolo di studio del dipendente al 31 dicembre 2004

Il 50% (51% nel 2003) del totale del personale dipendente è laureato (prevalentemente in discipline economiche).



Anno 2004										
Titolo di studio	Dirigenti		Quadri direttivi		Impiegati		Commessi/ausiliari		Totali	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Laurea	1		5		11	8			17	8
Diploma di laurea					1				1	
Diploma			2	1	14	5	1		17	6
Licenza media							1		1	
Totale (al 31 dicembre)	1		7	1	26	13	2		36	14



La suddivisione del personale per inquadramento è la seguente:

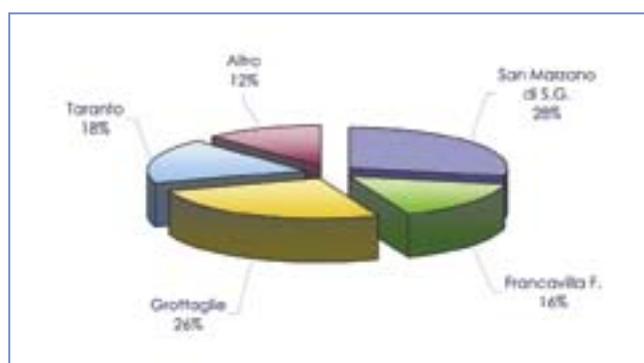
Suddivisione del personale per inquadramento				
Qualifica		2002	2003	2004
Dirigenti	Uomini	1	1	1
	Donne			
Quadri Direttivi	Uomini	8	8	7
	Donne	1	1	1
Impiegati	Uomini	19	22	26
	Donne	10	11	13
Commessi / Ausiliari	Uomini	1	2	2
	Donne			
Totale (al 31 dicembre)		41	45	50

La suddivisione per anzianità di servizio è la seguente:

Suddivisione del personale per anzianità di servizio									
Periodo di servizio	Dirigenti		Quadri direttivi		Impiegati		Commessi/ausiliari		Totale
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	
< 5 anni	0	0	4	0	17	10	2	0	33
6-10 anni	1	0	2	0	4	2	0	0	9
11-15 anni	0	0	0	0	4	1	0	0	5
16-20 anni	0	0	0	0	1	0	0	0	1
20-25 anni	0	0	0	1	1	0	0	0	2
Totale (al 31 dicembre)	1	0	6	1	27	13	2	0	50

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

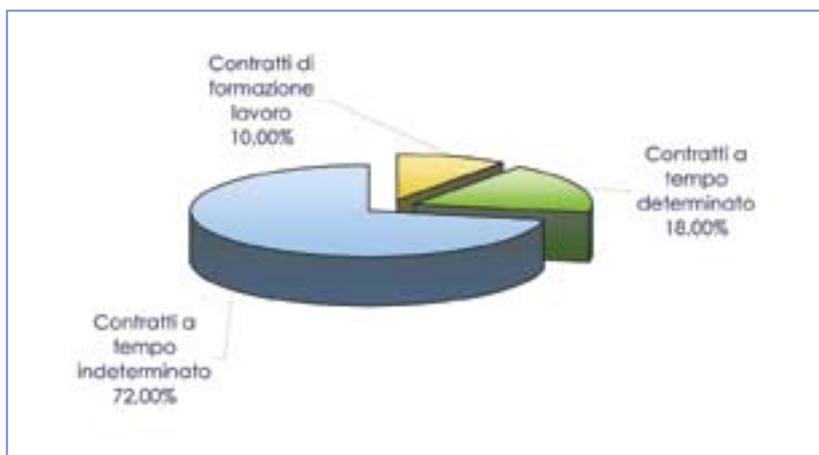
Comuni di residenza dei dipendenti nel 2004



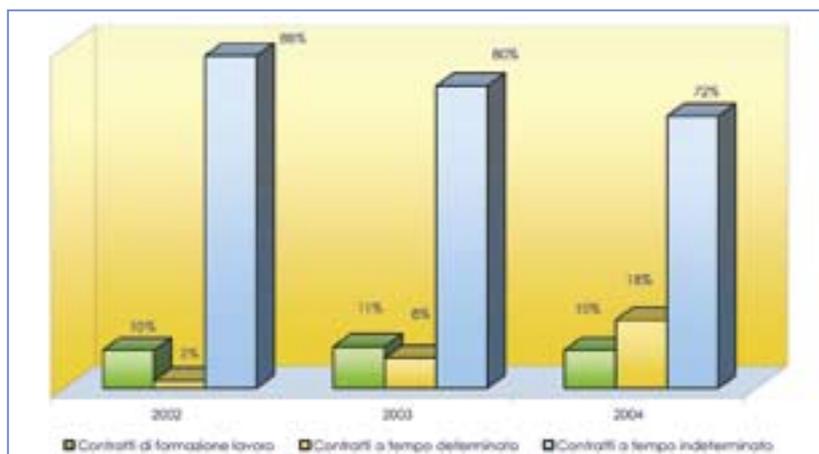
La suddivisione per tipologia di contratto mostra una prevalenza di rapporti a tempo indeterminato.

Si segnala una riduzione del peso del contratto a tempo indeterminato al fine di utilizzare soluzioni più flessibili.

Segmentazione dei dipendenti al 31 dicembre 2004 per tipologia di contratto



Confronto segmentazione dipendenti anni 2003 - 2004



### 3.1.4 Turnover

Al 31 dicembre 2004 il numero dei dipendenti è pari a 50 unità, 5 in più rispetto all'anno precedente. In particolare, a fronte di 7 assunzioni effettuate nel 2004, si registra l'uscita di 2 unità, di cui un quadro direttivo per quiescenza ed un impiegato 3° area professionale per scadenza del contratto di lavoro a tempo determinato.



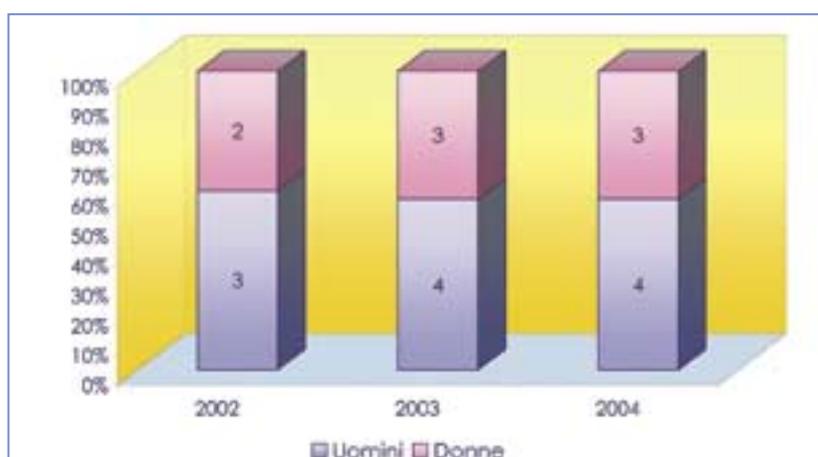
### 3.1.5 Politiche di pari opportunità

Nel 2004 risulta ancora prevalente la componente maschile nell'organico della Banca, mentre la percentuale della presenza femminile, si è attestata al 28,00% (contro il 26,66% del 2003).

Nel 2004 il 43% delle assunzioni ha interessato le donne al pari dell'anno precedente.

La percentuale di donne in posizione apicale (quadro / dirigente) è pari al 14%.

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.

Nel 2004 la maggior parte della comunicazione interna è transitata attraverso i canali telematici "Intranet" e posta elettronica, il personale viene informato in tempo reale in merito alle circolari operative, agli ordini di servizio e alle informazioni riguardanti la vita aziendale.

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

### 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, scaduto per la parte normativa dal 2001 e per la parte economica dal 2003 ed oggetto di rinegoziazione.

Presso la BCC di San Marzano di S.G. il tasso di sindacalizzazione nel 2004 è sceso al 42%

(contro il 54% del 2003), al di sotto dei livelli medi di settore in ambito locale.

### 3.1.8 Conflittualità sindacale

Nel 2004 non si è registrata alcuna giornata di assenza per sciopero, mentre i permessi sindacali sono stati concessi per garantire la partecipazione del rappresentante sindacale aziendale al Consiglio Direttivo Regionale.

Ore di assenza per motivi sindacali					
	2000	2001	2002	2003	2004
Sciopero	90		101	11	
Permessi sindacali	7,5	9,5	15	21	12
<b>Totale</b> (al 31 dicembre)	97,5	9,5	116	32	12

### 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 2004, ha realizzato complessivamente 328 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.

Si tratta dell'attività di formazione continua che, avviata con il piano strategico 2002/2004 la banca intende incrementare già a partire dal 2005.

Ore di formazione per qualifica professionale				
Qualifica		2002	2003	2004
Dirigenti	Numero partecipazioni	1	0	0
	Numero ore	8	0	0
Quadri Direttivi	Numero partecipazioni	9	11	5
	Numero ore	500	104	56
Impiegati	Numero partecipazioni	27	18	16
	Numero ore	1104	528	272
<b>Totale</b> (al 31 dicembre)	<b>Numero partecipazioni</b>	37	29	21
	<b>Numero ore</b>	1612	632	328

Nel 2004 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 2004 sono proseguiti i corsi sulla gestione del rischio di credito per un totale di 172.5 ore, organizzati già dal 2002 presso la sede centrale e rivolti agli addetti fidi centrali e di filiale.



Tipologia di formazione (in ore)			
	2002	2003	2004
Base	144	72	56
Manageriale	88	48	24
Specialistica	1.320	512	248
<b>Totale</b> (al 31 dicembre)	1.612	632	328

### 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 2004, 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.

Inquadramento di provenienza	Nuovo inquadramento 2004			
	Impiegato 2° area prof. 1° livello retrib.	Impiegato 3° area prof. 1° livello retrib.	Impiegato 3° area prof. 2° livello retrib.	Impiegato 3° area prof. 3° livello retrib.
Ausiliario	1			
Impiegato 2° area prof. 2° livello retrib.		2		
Impiegato 2° area prof. 1° livello retrib.			3	
Impiegato 3° area prof. 2° livello retrib.				1

### 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)			
	2002	2003	2004
Spese per il personale			
Salari e stipendi	1.430	1.613	1.899
Oneri sociali	344	423	428
Tattamento di fine rapporto	60	62	65
Tattamento di quiescenza e simili	92	97	103
Altre spese per il personale	93	107	115
<b>Totale</b> (al 31 dicembre)	2.019	2.302	2.610

Nel 2004 l'utilizzo di lavoro straordinario è diminuito del 21% rispetto all'anno precedente. Tale flessione è stata determinata dall'aumento del numero dei dipendenti, che ha consentito una più equa distribuzione delle mansioni e da miglioramenti apportati al sistema informativo.

Lavoro straordinario per qualifica professionale (dati in ore)				
Qualifica		2002	2003	2004
Impiegati	Uomini	386	277	252
	Donne	175	169	116
Commessi / Ausiliari	Uomini	53	67	38
	Donne			
<b>Totale</b>		<b>614</b>	<b>513</b>	<b>406</b>



### 3.1.12 Sicurezza e salute sul luogo di lavoro

Nel 2004 sono stati effettuati diversi interventi per migliorare gli ambienti di lavoro, tra i quali si segnalano i seguenti:

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

Particolare cura, inoltre, è stata posta per salvaguardare i collaboratori ed ovviamente i clienti da possibili atti criminosi. A tal fine è continuato nel 2004 l'adeguamento degli impianti di sicurezza e delle strutture con i più moderni strumenti antirapina. A tal proposito la Banca nel corso dell'anno non ha subito alcun furto o rapina.

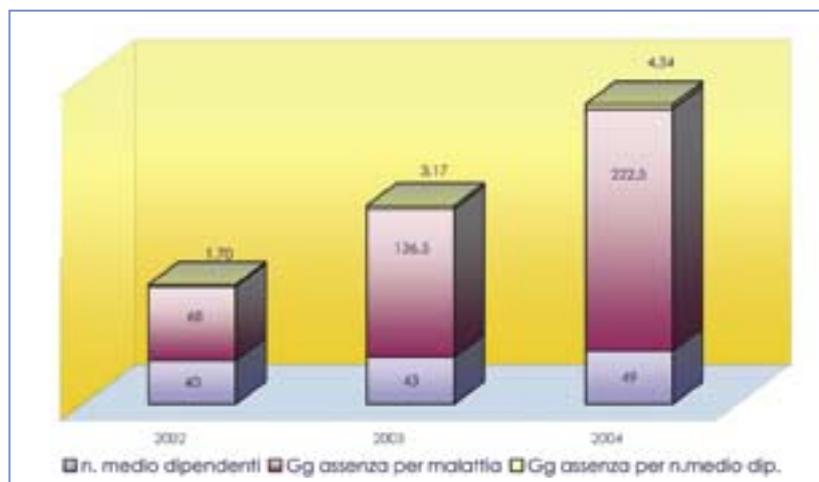
Nel 2004 non si è verificata alcuna assenza del personale dipendente per infortunio sul posto di lavoro.

### 3.1.13 Contenzioso e litigiosità

Anche nel 2004 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);
- 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



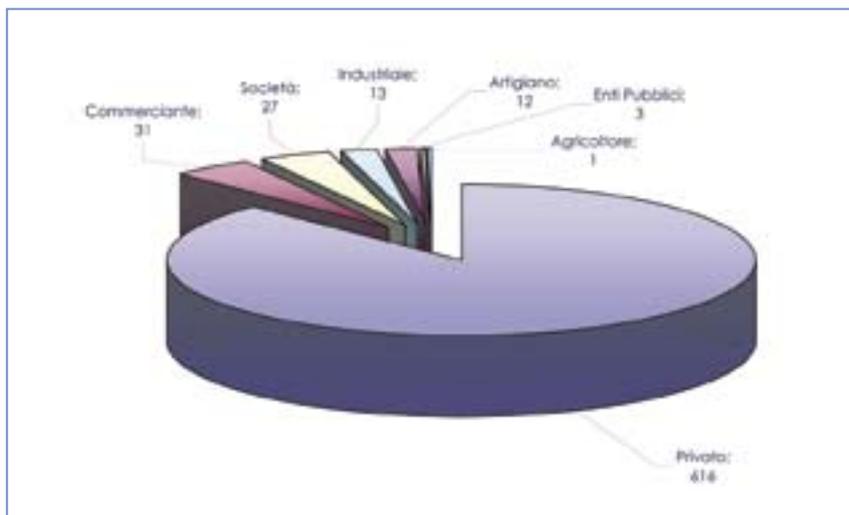
Assemblea approvazione Bilancio 2004



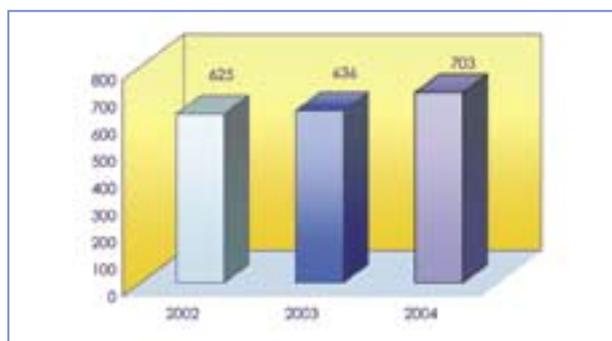
### 3.2.2 Segmentazione dei soci per categorie

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

Numero soci per professione di appartenenza/natura giuridica



Evoluzione del numero di soci



Nel 2004 il numero dei soci è cresciuto di 67 unità (+10,53%) 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.

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

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

### Segmentazione dei soci e del capitale sociale per natura giuridica

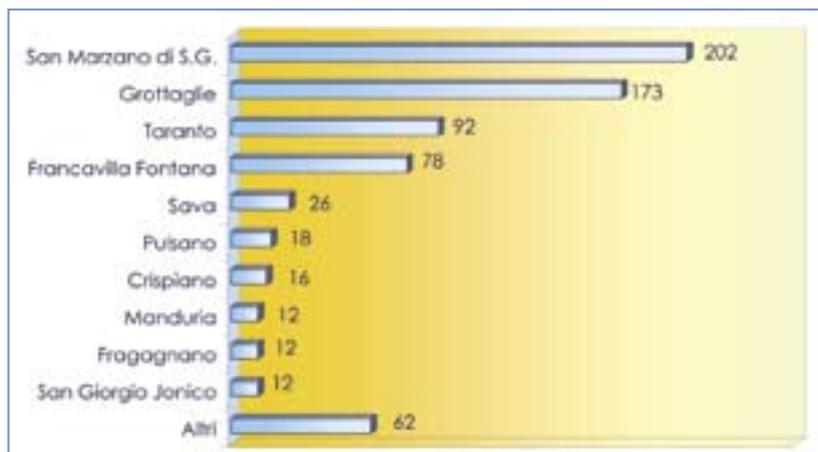


I **soci - dipendenti della Banca** detengono complessivamente 490 azioni (489 nel 2003), pari al 3,49% (3,53% nel 2003) del capitale sociale.

I **soci - amministratori della Banca** detengono complessivamente 772 azioni, come lo scorso anno, pari al 5,50% del capitale sociale.

I soci sono prevalentemente residenti nei Comuni di operatività.

### Numero soci per Comune di residenza



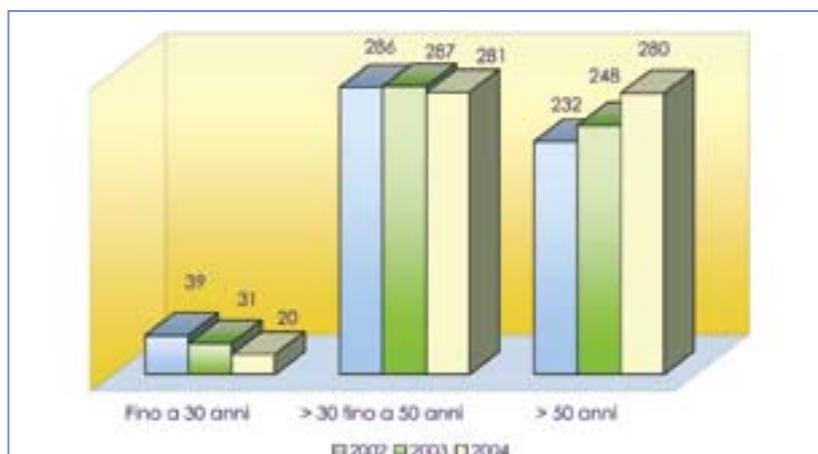
Gli altri Comuni di residenza dei soci sono:

Bari, Carosino, Faggiano, Latiano, Leporano, Lizzano, Martina Franca, Maruggio, Monteiasi, Montemesola, Ostuni, Roma, San Vito dei Normanni, Torricella, Villa Castelli.

Rispetto all'anno 2003 si registra un aumento del 13,71% dei soci di età superiore ai 50 anni, ed una riduzione del 32,26% dei soci aventi età inferiore ai 30 anni, pressoché invariato rimane invece il numero dei soci di età compresa tra i 30 e i 50 anni.



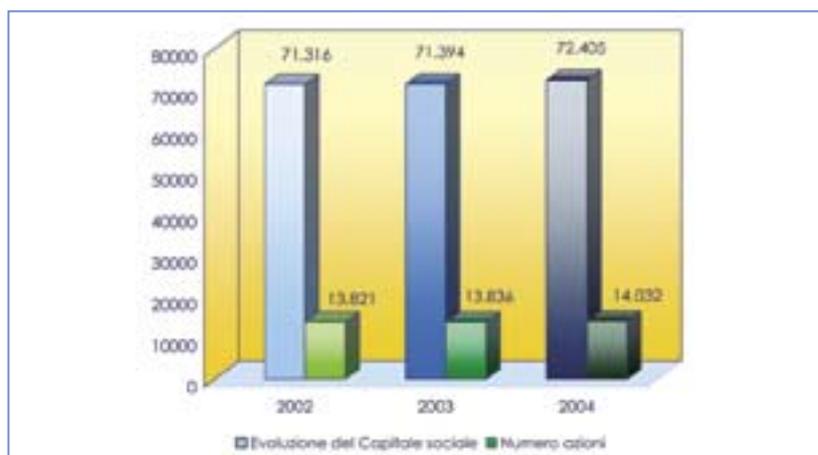
Numero soci (persone fisiche) per fasce d'età



### 3.2.4 Capitale sociale

Al 31 dicembre 2004, il capitale sociale ammonta a 72.405,12 euro. Le azioni sottoscritte sono in totale 14.032.

Evoluzione del capitale sociale



Le politiche d'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, 103,00 euro (contro 112 euro del 2003), a conferma del fatto che la partecipazione del socio alla cooperazione non ha motivazioni di carattere lucrativo, ma di ricerca di un vantaggio relazionale.

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

In assemblea, in base alla regola cooperativa del voto capitaro, i soci hanno lo stesso peso a prescindere dal numero delle azioni possedute. L'assemblea sociale del 9 maggio 2004 si è conclusa con deliberazioni adottate all'unanimità.

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

### 3.2.6 Servizi ed agevolazioni riservate ai soci

Di seguito sono evidenziati alcuni vantaggi assicurati ai soci nel 2004

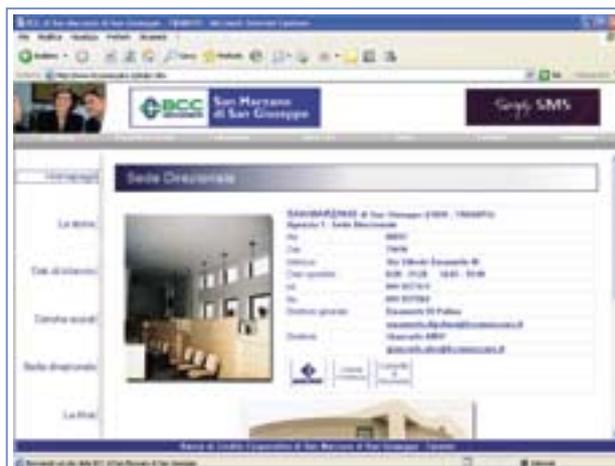
Servizi e agevolazioni riservate ai soci	
Sostegno sociale	Nel 2004 sono stati assegnati premi per la ricorrenza delle nozze d'oro dei soci e premi di laurea per soci e figli dei soci.
Incentivazioni di carattere bancario 	<p><b>Erogazione del credito</b> Nel 2004 il 28% del credito complessivo erogato dalla Banca ha riguardato i soci, con tassi agevolati in relazione alle varie forme tecniche.</p> <p><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.</p>
Diffusione dell'informazione e promozione della partecipazione 	<p><b>Assemblea dei soci</b> La Banca ha investito nel 2004 12.580 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.</p> <p><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.</p>



### 3.2.7 Investor relations

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

Sito [www.bccsanmarzano.it](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 2004 è proseguita la politica di gestione del rapporto con il cliente privilegiando i seguenti aspetti:

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

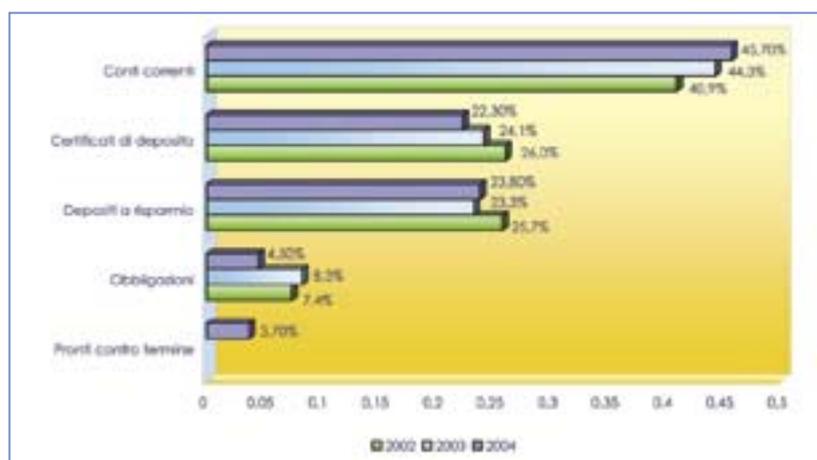


### 3.3.2 Caratteristiche ed analisi della clientela

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

A conferma della consolidata fiducia che la clientela ripone nella Banca, anche il 2004 ha registrato una crescita in valore assoluto sia del numero dei clienti che del totale della raccolta.

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 forme tradizionali di deposito 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.

La tabella seguente riporta il totale dei prodotti per conto terzi collocati nel 2004.

Dati in migliaia di euro	2003	2004	Variazioni %
Offerta alla clientela di prodotti assicurativi di terzi a contenuto finanziario	1.270	895	-29,53%
Offerta alla clientela di quote di Organismi di Investimento Collettivo del Risparmio	5.679	5.780	1,78%

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

### Condizioni negoziali nei confronti della clientela

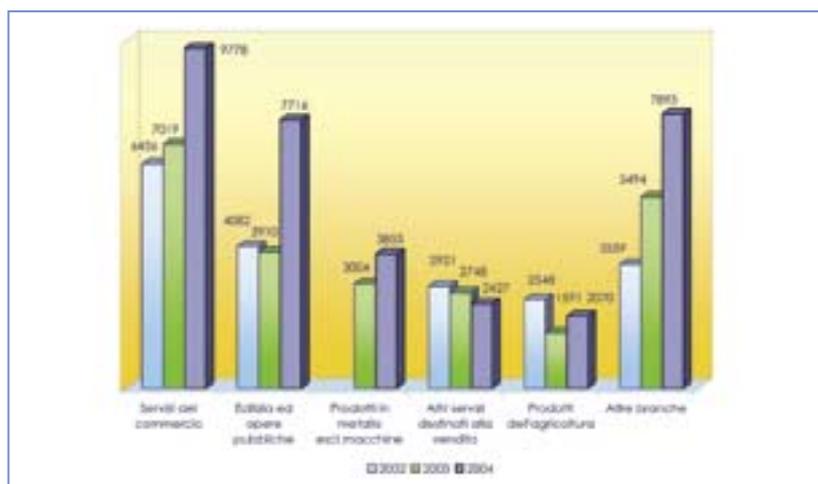
Le condizioni relative ai tassi d'interesse offerti sono in linea con la concorrenza, gli innumerevoli servizi offerti, qualitativamente all'avanguardia, hanno un costo assolutamente concorrenziale. Tutte le condizioni, in ottemperanza alla legge sulla trasparenza, sono pubbliche e regolarmente affisse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

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

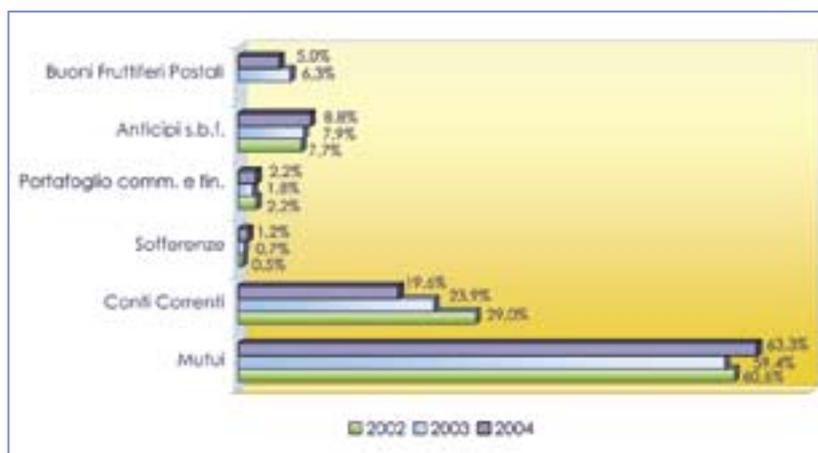
Gli impieghi della Banca sono storicamente concentrati nel territorio di riferimento, secondo una logica tesa a favorire lo sviluppo dell'economia locale e a limitare il dirottamento del risparmio verso altre piazze che offrono un rapporto remunerazione rischio più interessante.

Anche nel 2004 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



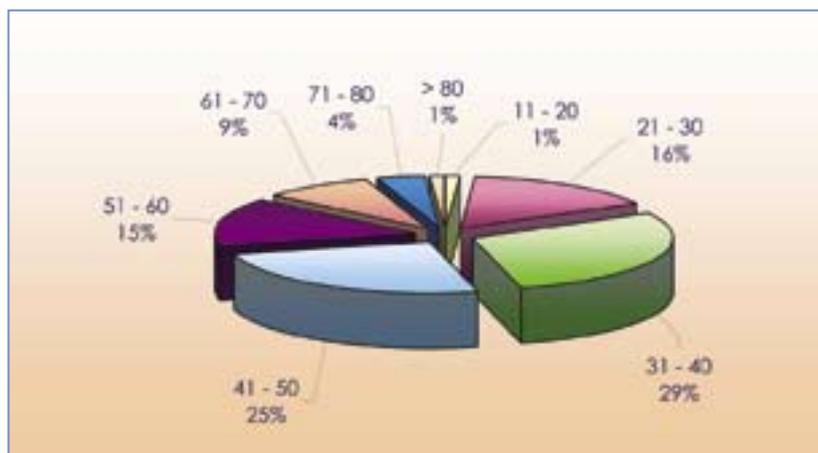


### 3.3.3 Marketing Development

Nel 2004 la politica di marketing development della Banca si è indirizzata verso i seguenti canali di sviluppo.

Marketing development	
Sviluppo di canali alternativi di contatto con la clientela	Nel 2004 si è conclusa l'attività di <b>telemarketing</b> in collaborazione con BCC Servizi Innovativi di ICCREA Holding.
Offerta di nuovi prodotti	A corredo del " <b>Conto Famiglia</b> " è stato inserito il " <b>Conto Sprint</b> ", che prevede la possibilità di aprire un libretto di risparmio (gratuito) per gli under 20, i cui primi 5 euro sono versati dalla banca.
	" <b>Conto Verde</b> " prodotto al servizio dell'agricoltura, prevede crediti agevolati, carte Bancomat e Telepass gratuiti.
	" <b>Carta Tasca</b> ", carta di credito prepagata e ricaricabile, non necessita di un conto corrente collegato.

Mappatura della clientela: suddivisione per fasce d'età



### Sportello Aperto

Nel corso del 2004, l'iniziativa che ha visto la Banca promotrice per la pubblicazione del giornalino **"Sportello Aperto"** è continuata con grande successo di pubblico e di neogiornalisti.

Il giornalino, distribuito presso le Agenzie della Banca e presso altri esercizi pubblici, è rivolto non solo ai clienti e contiene informazioni relative alla vita della Banca, alle iniziative avviate, notizie economiche, finanziarie ed in genere di interesse pubblico.

"Sportello aperto" nasce quindi come strumento d'informazione con lo scopo dichiarato di ridurre le distanze tra l'istituzione Banca e le persone.

Nel corso del 2004 sono stati pubblicati 4 numeri per un totale di:

- 4 numeri nell'anno.
- 25.000 copie distribuite;
- 100.000 pagine stampate;
- 56 articoli scritti;
- 9 collaboratori.



BCC San Marzano sede: redazione "Sportello Aperto"





### 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 2004 la Banca ha continuato a proporre alla propria clientela prodotti di finanza etica, tra cui "Aureo WWF Pianeta Terra", cioè prodotti destinati a quei risparmiatori alla ricerca di un rendimento in linea con le performance proposte dalle principali borse mondiali, ma anche legato a particolari indicatori di carattere ambientale.

### 3.3.5 Sistema qualità e reclami

La Banca ha sempre gestito i rapporti con la clientela secondo principi di trasparenza, chiarezza, 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 2004 l'Ufficio non ha ricevuto alcun reclamo).
- Ombudsman bancario, organismo collegiale interbancario, pronto a risolvere le controversie che non trovano soddisfazione presso l'Ufficio Reclami della Banca. Anche nel 2004 l'Ombudsman bancario non ha ricevuto reclami da parte di clienti della BCC di San Marzano di S.G.

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

#### 3.4.1 Obiettivi



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

La B.C.C. 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.



### 3.4.2 Qualificazione ed analisi dei fornitori

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

Come negli anni passati anche nel 2004, la Banca si è avvalsa di fornitori non locali per prodotti tecnologicamente avanzati e servizi ad alto valore aggiunto.

Anche nel corso del 2004 l'Ufficio Acquisti per l'approvvigionamento di personal computer e di componenti hardware si è rivolto ad aziende che svolgono l'attività commerciale sulla rete internet, ottenendo risconti positivi, sia risparmio conseguito che di qualità dei prodotti acquistati.

#### Outsourcing

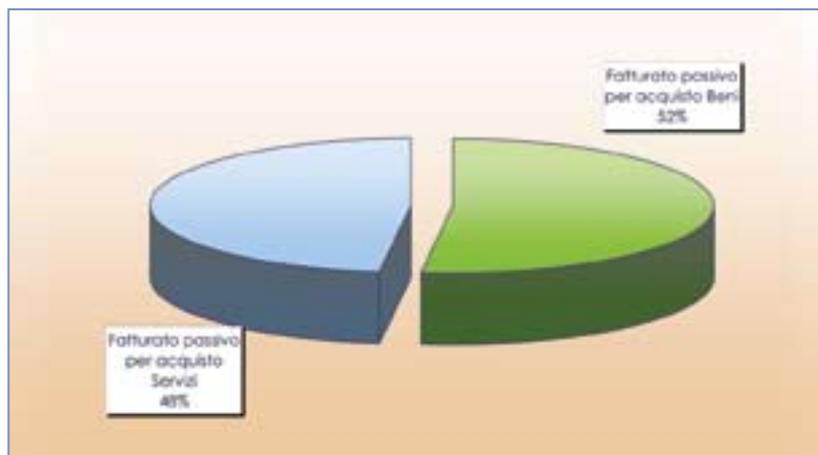
Anche nel 2004 risultano esternalizzati i seguenti servizi:

-  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.

### 3.4.3 Caratteristiche delle forniture

In considerazione del suo settore di operatività (quello bancario), il fatturato passivo globale della Banca è prevalentemente dovuto all'acquisto di servizi per il 55%, contro il 69% del 2003, il maggior peso assunto nel corrente anno dalla categoria "beni" è dovuto all'esecuzione dei lavori di ampliamento dell'immobile della Sede di San Marzano di S.G. e della Filiale di Taranto.

Fatturato passivo 2004: 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 2004.

Servizi	
Affitti	76.964
Compensi Collegio Sindacale	29.886
Consulenze	87.948
Consulenze legali	52.123
Corriere	7.074
Elaborazione dati programmi	591.122
Gestione rete Promotori	42.263
Manutenzione Impianti allarme e Sistemi di sicurezza	44.098
Lavoro interinale	19.412
Manutenzione Macchine elettroniche	9.126
Servizi bancari	116.813
Servizi di pulizia	49.463
Servizio Visure	28.582
Sicurezza sul lavoro	7.326
Società di revisione	25.996
Spese manutenzione per mobili e immobili	18.360
Spese per pubblicità	70.181
Spese varie	7.839
Sponsorizzazioni	32.000
Studi notarili	35.951
Sviluppo organizzativo	44.040
Telecomunicazioni	40.056
Vigilanza Gestione contante	61.857
Lavori a progetto	6.250
<b>Totale fatturato dai fornitori per servizi</b>	<b>1.504.727</b>

Beni	
Acqua	816
Autovetture	48.048
Cancelleria	36.157
Dispositivi per la sicurezza sul lavoro	68
Energia elettrica	46.541
Impianti allarme e Sistemi di sicurezza	2.559
Impianti	55.913
Impianti di telecomunicazioni	982
Libri giornali e riviste	5.018
Macchine elettroniche	34.744
Materiali per servizi di pulizia	2.049
Modulistica e rassegna	138.031
Riscaldamento gas	40
Ristrutturazione immobili non di proprietà	157.437
Servizi bancari	52.433
Software	66.757
Spese per mobili e immobili	660.498
Spese varie	19.780
Ticket pasto	46.661
<b>Totale fatturato dai fornitori per beni</b>	<b>1.374.532</b>

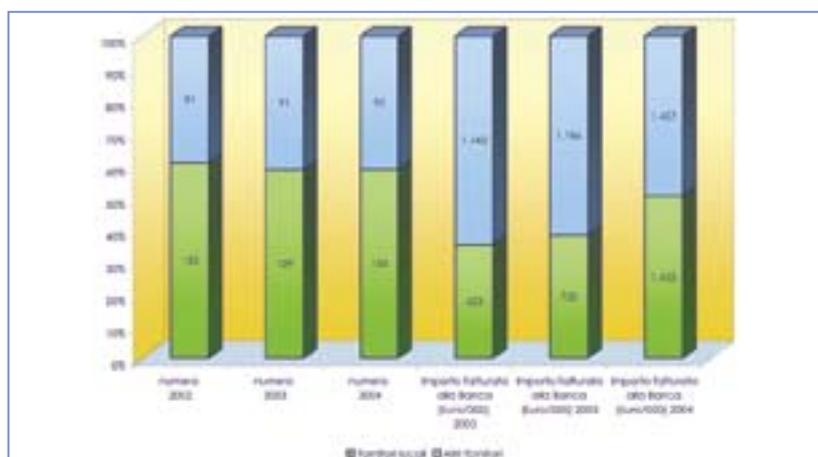


### 3.4.4 Ricaduta sul territorio

Per territorio di attività si intendono i comuni indicati al paragrafo 1.2.

Nel 2004 la Banca ha intrattenuto rapporti con 230 fornitori (di cui 135 locali), sostenendo costi per un totale di 2.879 mila euro (di cui 1.452 mila euro con aziende appartenenti al territorio di operatività).

Ripartizione dei fornitori in base alla provenienza



I dati esposti nella tabella di seguito riportata, confrontati con gli stessi del 2003, evidenziano l'impegno della Banca verso i fornitori appartenenti al territorio di operatività.

Nel 2004, il 77,89% del fatturato passivo della Banca è pervenuto da fornitori appartenenti all'area geografica del Sud Italia, il 75,78% è riconducibile alla Puglia e, in particolare, il 50,42% relativi a fornitori appartenenti al territorio di operatività della Banca.

Distribuzione degli acquisti per area geografica: anno 2004

	Fatturato	%	N.Fornitori
ITALIA	2.242.745	77,89%	162
Sud			
di cui Puglia	2.182.019	75,78%	157
di cui nel territorio di operatività	1.451.829	50,42%	135
Centro	108.084	3,75%	20
Nord	515.047	17,89%	47
TOTALE ITALIA	2.865.876	99,54%	229
ESTERO	13.384	0,46%	1
TOTALE	2.879.260	100,00%	230

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	297.780,00
	Spese per mobili e immobili	107.365,88
	Ristrutturazioni immobili non di proprietà	76.834,50
	Modulistica e rassegna	70.138,74
	Spese per mobili e immobili	49.928,00
	Servizi di pulizia	49.463,20
	Ristrutturazioni immobili non di proprietà	48.000,00
	Impianti	44.387,18
	Vigilanza Gestione contante	39.194,12
	Spese per mobili e immobili	35.111,70
	Spese per mobili e immobili	31.179,31
	Gestione rete Promotori	30.179,31
	Spese per pubblicità	27.896,40
	Servizio Visure	24.034,45
	Consulenze legali	23.967,28
	Spese per mobili e immobili	22.555,37
	Macchine elettroniche	20.428,00
	Spese per pubblicità	20.072,68
	Sponsorizzazioni	20.000,00
	Consulenze	18.964,30
Consulenze	18.677,83	
Vigilanza Gestione contante	18.601,03	
Spese per mobili e immobili	18.360,00	
Consulenze legali	16.985,60	
Software	16.404,00	
Studi notarili	15.616,97	
	Totale fatturato in zona competenza	1.162.699,52
ALTRI FORNITORI	Elaborazione dati programmi	591.122,47
	Spese per mobili e immobili	89.307,61
	Servizi bancari	72.433,29
	Modulistica e rassegna	60.851,99
	Servizi bancari	52.432,80
	Ticket pasto	46.660,84
	Energia elettrica	46.541,46
	Autovetture	41.500,00
	Telecomunicazioni	33.214,50
	Sviluppo organizzativo	30.000,00
	Società di revisione	25.995,60
	Impianti allarme e Sistemi di sicurezza	23.440,80
	Servizi bancari	23.050,92
	Totale fatturato in zona competenza	2.505.917,58
TOTALE GENERALE		2.529.893,86



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

Bene/servizio fornito	fornitori locali	altri fornitori
Acqua	816	
Autovetture	41.500	6.548
Cancelleria	17.522	18.634
Compensi Collegio Sindacale		29.886
Consulenze	43.410	44.539
Consulenze legali	4.537	47.586
Corriere	7.074	
Elaborazione dati programmi	591.122	
Energia elettrica	46.541	42.263
Gestione rete Promotori		
Impianti allarme e Sistemi di sicurezza	46.656	55.287
Impianti	627	
Lavoro interinale	19.412	1.831
Libri giornali e riviste	3.187	27.907
Macchine elettroniche	15.963	76.565
Modulistica e rassegna	61.466	
Servizi bancari	169.246	51.003
Servizi di pulizia	510	24.083
Servizio Visure	4.499	3.935
Sicurezza sul lavoro	3.459	
Società di revisione	25.996	16.404
Software	50.353	575.078
Spese per mobili e immobili	103.780	53.955
Spese per pubblicità	16.226	17.843
Spese varie	9.776	32.000
Sponsorizzazioni		35.951
Studi notarili		
Sviluppo organizzativo	44.040	86
Telecomunicazioni	40.952	
Ticket pasto	46.661	61.514
Vigilanza Gestione contante	343	
Riscaldamento gas	40	149.319
Ristrutturazione immobili non di proprietà	8.118	73.364
Affitti	3.600	6.250
Contratti di lavoro a progetto		
Totale complessivo	1.427.431	1.451.829

### 3.4.5 Condizioni negoziali e comunicazione

Nel corso del 2004 l'Ufficio Tecnico ha continuato la propria attività di revisione dei contratti di fornitura al fine di perseguire l'obiettivo della riduzione dei costi di struttura. A tal fine l'Ufficio ha provveduto a rivedere i contratti di manutenzione dell'impianto di condizionamento, della manutenzione e noleggio delle fotocopiatrici e stampanti e della fornitura di energia elettrica. La funzione di tale ufficio è stata quella di canale privilegiato per lo scambio di informazioni, ordini, preventivi con i fornitori. Relativamente ai pagamenti non si rilevano situazioni di ritardo significativo.

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

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

### 3.4.7 Contenzioso e litigiosità

Nel corso del 2004 non si sono verificati casi di contenzioso con fornitori.

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

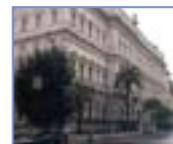
#### 3.5.1 Obiettivi



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

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

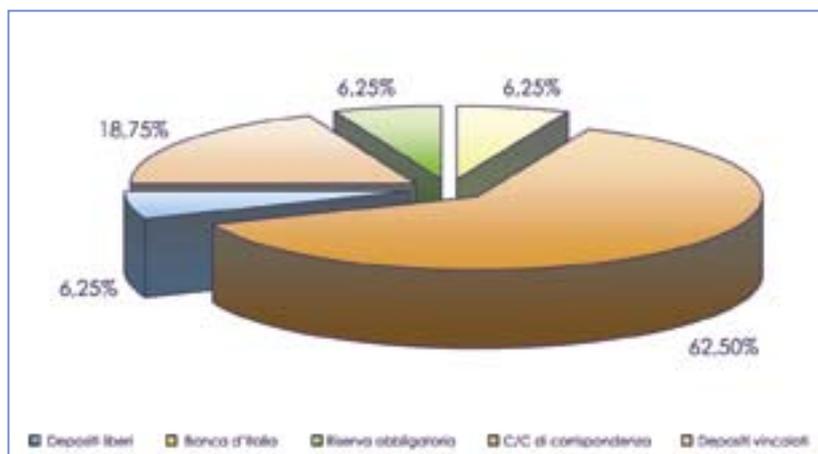
- Sistema del Credito Cooperativo
- Altre istituzioni



### 3.5.2 Rapporti con le altre banche

Nel corso del 2004 la Banca ha intrattenuto rapporti con 11 istituzioni creditizie nazionali, di cui una con sede legale in Puglia.

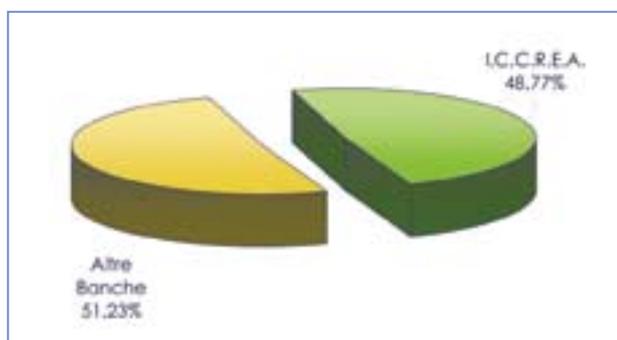
Ripartizione per tipologia (numero di rapporti)



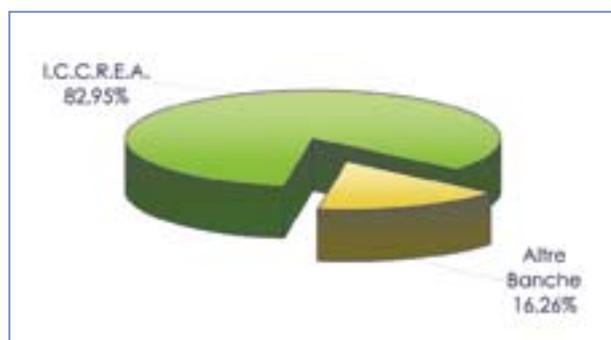
Il grafico seguente evidenzia una netta prevalenza del numero dei rapporti di c/c di corrispondenza sul totale dei rapporti.

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, rappresenta nel 2004 il rapporto più consistente, sia per numero di operazioni che per valore delle stesse.

C/C di corrispondenza: numero operazioni



C/C di corrispondenza: valore operazioni



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

### 3.5.3 Rapporti con le compagnie assicurative e con gli intermediari finanziari

Nel 2004 la Banca ha operato con le maggiori Compagnie Assicurative e gli Intermediari Finanziari nazionali ed esteri (tra le prime ricordiamo: Assimoco, Ras S.p.a., INA Assitalia, AIG Life Limited, Inora Life, Commercial Union Vita S.p.A.; tra i secondi: AUREO GESTIONI, ARCA S.p.a., PIXEL S.p.a., KBL Fumagalli Soldan). L'obiettivo dichiarato è stato quello di selezionare, nell'ambito di una variegata offerta, quei prodotti che per loro natura meglio si adattano alle caratteristiche del risparmio della clientela della BCC.

Anche nel 2004 il principale partner è stato Assimoco, che rappresenta l'espressione del ramo assicurativo all'interno del Sistema del Credito Cooperativo, la cui politica di investimento è ritenuta la più coerente con quella della Banca, offrendo tariffe, tra l'altro, tra le più convenienti sul mercato, in particolar modo verso i soci della BCC.

### 3.5.4 Rapporti con le Autorità di Vigilanza e Monetaria

Il 2004 è stato un momento importante per quanto attiene i rapporti intrattenuti con gli istituzionali Enti di vigilanza (Banca d'Italia, U.I.C., Consob). Infatti, negli ultimi mesi dell'anno la Banca è stata oggetto di ispezione da parte degli organi preposti della Banca d'Italia, costituendo questo il momento opportuno per verificare che l'evoluzione della struttura e delle procedure, realizzata nel corso dei precedenti anni, fosse coerente e concorde con gli standard determinati dalle Istituzioni.

L'ispezione, si è conclusa evidenziando esigenze di miglioramento in materia di "assetto organizzativo" e di "controllo interno", necessità nate in funzione dell'accresciuta complessità aziendale.

Le osservazioni dell'organo di vigilanza che nel complesso non hanno mostrato una situazione particolarmente critica, hanno formato oggetto di riflessione per il Consiglio d'Amministrazione, al fine di coglierne gli aspetti propositivi ed indirizzare la Banca verso una sempre maggiore efficienza nel rispetto di una seria e prudente gestione del credito.



### 3.5.5 Rapporti con le Associazioni di categoria

Come ogni anno anche nel corso del 2004 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 2004, 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;
- problematiche di natura contabile / valutativa relative all'introduzione dei nuovi principi contabili internazionali (IAS / IFRS).



Roma: sede ICCREA

Come ogni anno anche nel 2004 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.

La presenza fisica dal 2004 di I.C.C.R.E.A. con una filiale nella città di Bari non ha potuto che migliorare ed intensificare lo scambio diretto di esperienze e la comprensione delle esigenze rivenienti dal territorio di appartenenza delle BCC associate.

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

Di seguito sono riportate le principali attività svolte nel 2004 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 2004 il CO.SE.BA. ha effettuato presso la Banca controlli finalizzati: <ul style="list-style-type: none"> <li>• all'analisi dei processi di Governo, del Credito e della Finanza;</li> <li>• all'analisi delle iniziative intraprese dalla BCC finalizzate al superamento delle criticità rilevate dall'Internal Auditing nel corso dei precedenti controlli;</li> </ul> Il CO.SE.BA., nelle sue conclusioni ha evidenziato la volontà della BCC di perseguire un percorso di continuo affinamento dei processi aziendali, apprezzando che molte indicazioni fornite dallo stesso CO.SE.BA. sono state tempestivamente recepite. Permangono, tuttavia, spazi di ulteriore miglioramento per quanto riguarda i controlli e l'organizzazione interna, anomalie che, in considerazione delle risorse a disposizione, si ritiene possano essere facilmente superate.

### 3.5.7 Comunicazione

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

### 3.5.8 Contenzioso e litigiosità

Nessun caso di contenzioso e litigiosità da segnalare.



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

### 3.6.1 Obiettivi



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

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

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

In tal senso la Banca:

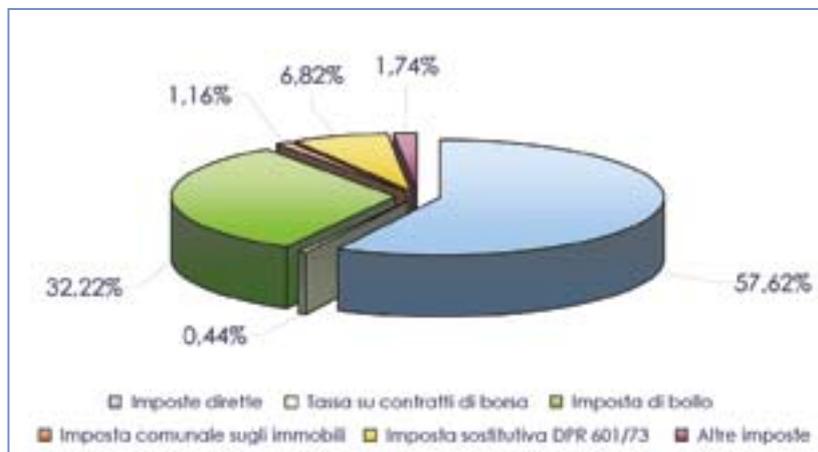
- ha collaborato con le organizzazioni del tessuto produttivo locale per favorire la diffusione di notizie utili allo sviluppo del territorio.
- ha potenziato i rapporti di collaborazione con la Pubblica Amministrazione e con altri enti (Scuole, Camera di Commercio, Assindustria)

### 3.6.2 Imposte, tributi e tasse

Nel 2004 sono state rilevate in bilancio imposte e tributi per un importo pari a 689 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	2004
Imposte dirette	194.440	230.057	397.000
Tassa su contratti di borsa	3.000	3.000	3.000
Imposta di bollo	175.000	209.000	222.000
Imposta comunale sugli immobili	8.000	9.000	8.000
Imposta sostitutiva DPR 601/73	41.000	51.000	47.000
Altre imposte	11.000	8.000	12.000
<b>Totale</b>	<b>515.181</b>	<b>510.057</b>	<b>689.000</b>

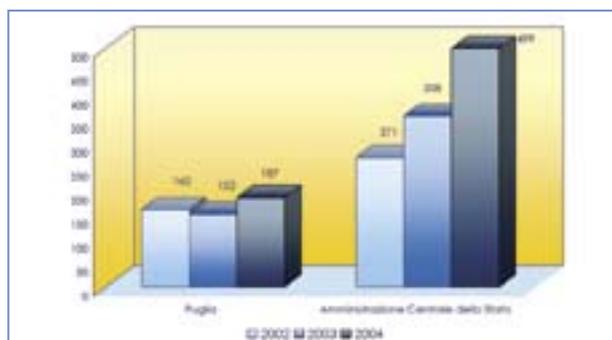
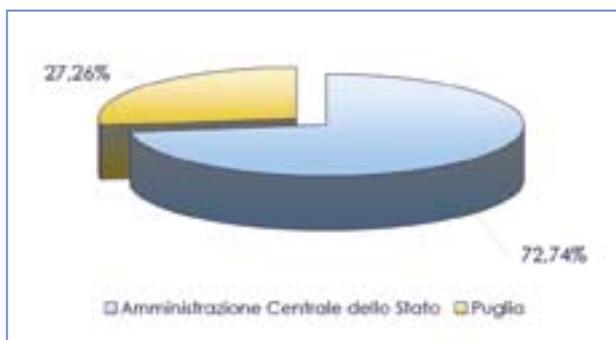
### Imposte e tasse 2004 - Criterio economico



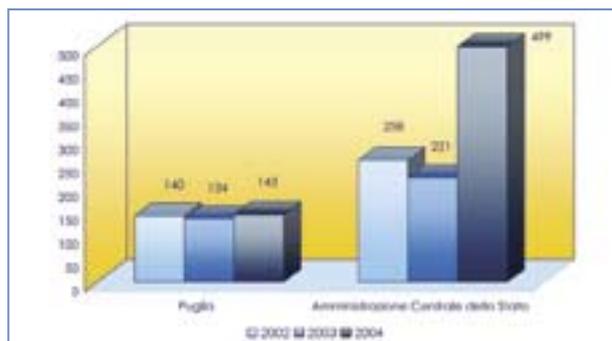
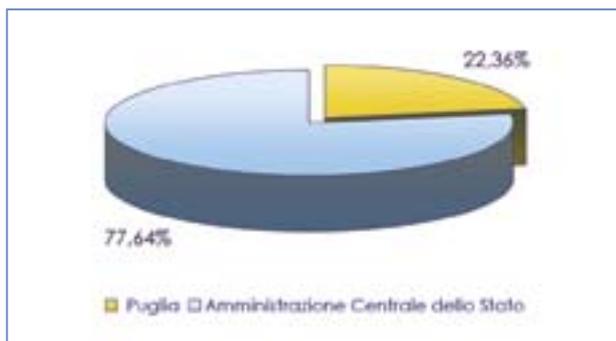
Nella tabella e nel grafico che seguono si evidenzia il beneficio economico apportato dalla Banca allo Stato, distinguendo tra Puglia ed Amministrazioni Centrali dello Stato (ovvero in base al soggetto che percepisce direttamente l'imposta).

In virtù dello status di Banca di Credito Cooperativo, la BCC di San Marzano di S.G. ha goduto della detassazione dei fondi destinati a riserva indivisibile, per un importo pari a 938.541 Euro (Legge 59/92 sulla Cooperazione).

### Territorialità delle imposte 2004 Criterio economico



### Territorialità delle imposte 2004 Criterio finanziario





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

Le attività più significative svolte dalla Banca nel 2004, nei confronti di Enti Locali e verso la Pubblica Amministrazione, sono state le seguenti:

- è stato svolto l'incarico di gestione della Tesoreria di due Comuni della provincia di Taranto, di cinque scuole (quattro istituti di istruzione secondaria superiore della provincia di Taranto e una scuola media superiore della provincia di Brindisi) e della Camera di Commercio di Taranto;
- nel 2004 è stata stipulata una convenzione con la CONFAGRICOLTURA di Taranto per la concessione del credito a sostegno del comparto.

### 3.6.4 Contenzioso e litigiosità

Non si segnalano nel corso dell'anno 2004 casi di contenzioso con lo Stato, gli Enti Pubblici e la Magistratura, verso i quali i rapporti sono improntati alla massima collaborazione.

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



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

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

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

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

In tal senso la Banca si pone i seguenti obiettivi:

- sostenere 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

### 3.7.1 Apporti diretti al sociale per una migliore qualità della vita

Nel 2004 la BCC di San Marzano di S.G. ha sostenuto l'attività di scuole di ogni ordine e grado, parrocchie, organismi di volontariato, enti no profit impegnati in iniziative di sviluppo sociale e culturale sul territorio, associazioni sportive. Sono state 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 47 interventi per complessivi 33 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	2004
Numero di interventi	39	43	47
Importo (in migliaia di euro)	52	39	33

## 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.

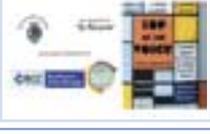
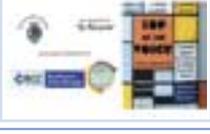
Tra le iniziative sostenute nel 2004 si ricordano le seguenti:

Solidarietà e territorio	
  	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sostegno umanitario a favore di Umberto Cupertino dopo la liberazione dalla prigionia in Irak</li> <li>• Nel 2004 si è conclusa la gara di solidarietà per la raccolta di fondi in favore del piccolo Cristiano, affetto da una rara malattia denominata Sindrome di Goldenhar. Il delicato intervento chirurgico eseguito presso il Massachusetts General Hospital di Boston, si è concluso con successo riportando al bambino il sorriso e la certezza di una vita normale.</li> <li>• Gara di solidarietà per la raccolta di fondi in favore di una bimba di 20 mesi, Speranza, affetta da una grave forma di neuroblastoma addominale.</li> <li>• Campagna di bontà, promossa in collaborazione con il Comune di Grottaglie per la ricostruzione della Congrega del Santissimo Sacramento, parzialmente crollata nel marzo 2004 e facente parte dell'edificio della chiesa Matrice.</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 2004 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>• “BCC – Directa: il trading a portata di mouse”: convegno – corso nazionale sulle nuove tecnologie del mercato on line, organizzato in collaborazione con Directa, società leader internazionale del trading.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conferenza per l'inaugurazione del Centro Direzionale per le Imprese di Faggiano (TA); incubatore d'impresa a disposizione dell'intero territorio, punto di riferimento per le aziende del Tarantino.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “Basilea 2”; convegno per rendere pubblico il nuovo scenario della concessione del credito. In particolare i criteri oggettivi per la misurazione del rischio di credito e le problematiche della dotazione patrimoniale delle banche affinché possano essere rispondenti al rischio effettivamente sostenuto nell'attività di prestito.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “Emergenza agricoltura”; convegno rivolto agli agricoltori del territorio. La Banca rende noto di aver destinato al credito agevolato nel comparto un plafond massimo di quattro milioni di euro.</li> </ul>

Musica, arte, cultura e costume	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “Pumi e fiori”: iniziativa allo scopo di abbellire e rivitalizzare il centro storico della città di Grottaglie, in collaborazione con il comune</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Raduno di auto d'epoca intitolato “Primo giro dell'Albania tarantina”, iniziativa promossa da un cittadino di San Marzano di S.G. in collaborazione con il Registro Italiano Porsche 356”, per la cui realizzazione la Banca ha offerto un contributo economico.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “Antichi sapori e colori di Puglia”; manifestazione di arte e tradizioni della terra ionica, promossa dalla Provincia di Taranto, dal Comune di San Marzano di S.G. e dal Centro di Ricerca Studio e Catalogazione dei Beni Culturali di Puglia Onlus.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sponsorizzazione rassegna canora “Taranto il mare e gli anni ‘70” svoltasi presso il teatro Fusco di Taranto.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sostegno al “5° concorso internazionale “Onde Musicali” per solisti di pianoforte, archi, fiati, chitarra, canto lirico e leggero, percussioni, musica da camera e jazz.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sponsorizzazione concerto “Dal gioco alla musica” a cura dell'Associazione “Gli Usignoli” e del “Canzoniere popolare.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sponsorizzazione prima edizione “Top of the voice”, Festival di voci nuove.</li> </ul>



## ISTRUZIONE E GIOVANI

La Banca nel 2004 ha fortemente sostenuto i giovani e la loro istruzione nelle scuole di ogni ordine e grado con numerose iniziative.

Istruzione e giovani	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concorso "Il risparmio nel Mondo"; risparmiare oggi significa costruire il futuro. L'iniziativa, in collaborazione con il Provveditorato agli Studi di Taranto, è rivolta agli studenti delle scuole Joniche. Il premio simbolico, costituito da un cofanetto di videocassette contenenti il meglio della trasmissione "Overland", persegue il duplice scopo di essere un contributo all'UNICEF.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promozione di quattro borse di studio per il sostegno di giovani studenti appartenenti a famiglie disagiate e di altre quattro borse di studio per tesi di laurea nel settore della solidarietà sociale, offerte dalla Fondazione Internazionale Tertio Millennio (Onlus di Federasse).</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contributo per la risistemazione della scuola "Falcone", ubicata nel Quartiere Paolo VI di Taranto, danneggiata nel corso di un grave atto vandalico.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contributi per la realizzazione di diverse iniziative scolastiche, quali: calendario Scuola Media Statale "Don Sturzo" di Grottaglie; giornalino scolastico "Parolando" Scuola Media "Dante Alighieri" di Villa Castelli; giornalino scolastico "Zeronoia" Istituto Comprensivo Canalini di San Marzano di S.G.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contributo per ritirare a Roma il premio nazionale "Penne Sconosciute" (premio speciale RAI 3), vinto da un gruppo di ragazzi dell'Istituto Comprensivo Casalini di San Marzano di S.G., ospiti tra l'altro della trasmissione "TG Ragazzi" di RAI 3.</li> </ul>

## RELIGIONE

Particolare attenzione è stata rivolta agli Enti religiosi locali sostenendo iniziative di interesse collettivo. Sponsorizzazione della manifestazione "Sacro, sacralità e religiosità popolare" in concomitanza con la Settimana Santa Tarantina; contributi per i festeggiamenti dei Santi patroni di San Marzano di San Giuseppe e di Francavilla Fontana, contributi per feste parrocchiali e celebrative di ricorrenze sacre.

## SPORT



Nel corso del 2004 la BCC di San Marzano di S.G. ha sostenuto numerose Associazioni sportive, promuovendo tutti gli sport, dai più blasonati e noti, basket, calcio, pallavolo, a quelli minori, non certo per importanza, ma solo per diffusione.

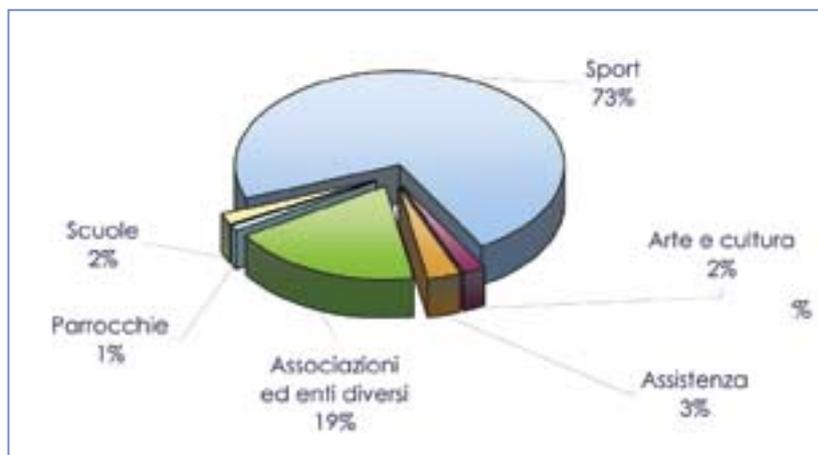


Tra queste iniziative particolare menzione spetta alla sponsorizzazione della sfida per il titolo mondiale di Kick Boxing, vinta dall'atleta grottagliese Nicola Carlucci.

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

-  la squadra di pallavolo maschile "Taranto Volley", militante nel campionato serie A1;
- la squadra di calcio del **Francavilla Fontana**, militante nella serie **Eccellenza**;
-  la squadra di football americano "Saint Hawks Taranto", campionato dilettantistico;
-  la squadra di pallacanestro "Ipersport Basket Grottaglie", militante nel campionato maschile di serie D;
- la squadra di pallacanestro femminile, sezione giovanile del Basket Grottaglie, "BCC San Marzano di S.G. Basket Grottaglie".

Elargizioni e liberalità per settore



AMBIENTE

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

3.7.2 Formazione ed educazione

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

3.7.3 Interventi qualificanti

La Banca, 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.



### 3.7.4 Eventuali certificazioni ambientali

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

### 3.7.5 Aspetti diretti di performance ambientali

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

Energia elettrica			
	2002	2003	2004
kwh annui	351.198	279.437	321.872
kwh annui / n. medio addetti	8.780	6.499	6.706

Nel 2004 il consumo di energia elettrica per dipendente risulta leggermente cresciuto rispetto all'anno precedente conseguentemente alla crescita dimensionale della banca. Nell'ottica di ridurre i costi ed incrementare l'efficienza degli impianti, l'Ufficio Tecnico ha continuato ad insistere sulla strada intrapresa nel 2003, controllando i consumi e razionalizzando degli impianti, in special modo quello di riscaldamento e di condizionamento.

Carta			
	2002	2003	2004
kg anno	4.613	4.960	5.110
kg anno / n. medio addetti	115	115	106

### 3.7.6 Contenzioso e litigiosità

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

### BCC DI SAN MARZANO DI S.G. E MEDIA

#### 3.7.7 Qualificazione dei Media utilizzati

Nel 2004 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.

Nel 2004 la funzione aziendale dedicata alle relazioni esterne e con i mass – media, istituita nel 2003, per far fronte alla sempre crescente esigenza della Banca di misurarsi con l'esterno, ha raggiunto la sua maturità.

Nel 2004 le spese in pubblicità e promozione si sono attestate a 97 mila euro in leggero calo (- 6,73%) rispetto all'anno precedente, ma pur sempre in valore assoluto di importo consistente.

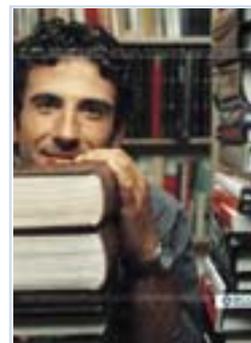
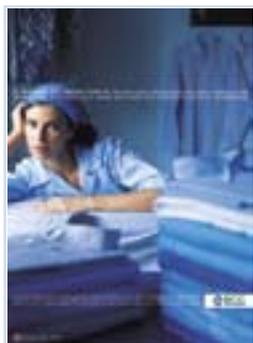
Il sistema del credito cooperativo ha proposto due slogan con i quali ha voluto sottolineare le caratteristiche della sua operatività.

#### Slogan

La campagna pubblicitaria 2003/2004 è stata caratterizzata dai seguenti messaggi:

- lo slogan **“La Banca che ti appartiene”** ha voluto sottolineare il senso di appartenenza ed i valori che sono all'origine di una istituzione voluta dalla gente del territorio per la crescita e lo sviluppo della comunità locale;
- lo slogan **“Banca di Credito Cooperativo: differente per forza”** ha voluto evidenziare e dar importanza al senso di appartenenza ad un gruppo che per lo sviluppo locale ed individuale mira ad essere differente dal resto del sistema Bancario italiano;

Nel 2004 si è aggiunto un ulteriore messaggio con finalità di tipo socio-economiche: **“Il Credito Cooperativo ascolta i tuoi progetti e investe su di te. Da fiducia alle buone idee perché da sempre è radicato sul territorio, conosce la tua realtà e mette la relazione al primo posto. La mia Banca è differente significa anche questo”**.





I principali media utilizzati nel 2004 sono stati i seguenti:

Principali media utilizzati	
<b>Tv Locali</b>	
  	<p><b>Studio 100 TV</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rubrica economica</li> <li>• Sponsorizzazione eventi televisivi</li> <li>• Comunicazione istituzionale</li> </ul> <p><b>Blustar TV</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rubrica economica</li> <li>• Sponsorizzazione eventi televisivi</li> <li>• Comunicazione istituzionale</li> </ul>
<b>Quotidiani locali</b>	
        	<p><b>Gazzetta del Mezzogiorno</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicazione istituzionale</li> <li>• Pubblicità</li> <li>• Promozione</li> </ul> <p><b>Quotidiano di Taranto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicazione istituzionale</li> <li>• Pubblicità</li> <li>• Promozione</li> </ul> <p><b>Corriere del Giorno</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicazione istituzionale</li> <li>• Pubblicità</li> <li>• Promozione</li> </ul> <p><b>Corriere del mezzogiorno</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicazione istituzionale</li> <li>• Pubblicità</li> <li>• Promozione</li> </ul> <p><b>Taranto sera</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicazione istituzionale</li> <li>• Pubblicità</li> <li>• Promozione</li> </ul>
<b>Quotidiani nazionali</b>	
	<p><b>Il Sole 24 ore</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicazione istituzionale</li> <li>• Pubblicità</li> <li>• Articoli economici</li> </ul>
<b>Testate on line</b>	
  	<p><b>www.gudi.it</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicazione istituzionale</li> </ul> <p><b>www.quipuglia.it</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicazione istituzionale</li> </ul>

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

**3.7.8 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.



### 3.7.9 Caratteristiche ed analisi dei “contatti”

All'interno della Banca si è ormai consolidata una mentalità tecnologicamente avanzata. Come per gli anni passati anche il 2004 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>
	<p><b>Simply SMS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• è un 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>
	<p><b>Multi media Banking</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• è un chiosco multimediale, dislocato all'interno della filiale di Taranto, da cui effettuare tutte le operazioni bancarie, potendo interagire in maniera personalizzata.</li> </ul>
	<p><b>Directa Trading online</b></p> <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>

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

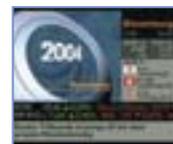
Le operazioni di virtual banking vengono garantite da elevati standard di sicurezza per tutti i canali virtuali utilizzati:

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

Per quel che riguarda il servizio Help Desk, gli interventi per la BCC San Marzano nell'anno 2004 sono stati 312.

#### Helpdesk

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



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

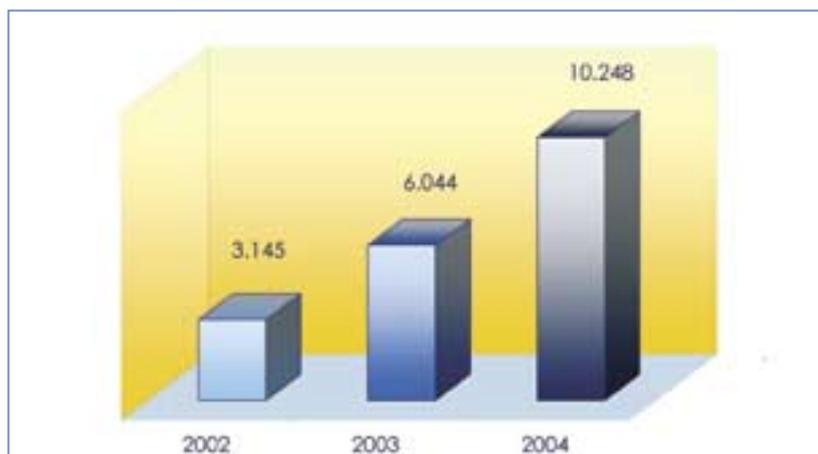
In virtù dell'importanza data al "Virtual Banking", la BCC di San Marzano di S.G. ha ulteriormente promosso nel 2004 l'accordo stipulato nel 2002 con Directa, la prima SIM italiana interamente telematica, per consentire ai clienti l'utilizzo del servizio di trading on line, dando così la possibilità di operare sulla Borsa italiana e sui mercati USA direttamente da casa via Internet o tramite cellulare GSM. Nell'anno 2004 sono state eseguite dalla clientela con la controparte Directa Sim 12.130 operazioni (8.936 nel 2003).

Questo tipo di operatività sta riscontrando un crescente interesse da parte della nostra clientela, l'affermazione è confortata dal notevole incremento registrato nel 2004 rispetto al 2003 attestatosi ad un + 36%.

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

La sensibilizzazione della clientela alla cultura dell'HomeBanking è proseguita anche nel 2004, infatti il numero dei contratti HomeBanking stipulati dalla Banca si è incrementato del 29% rispetto al 2003. Anche il numero delle azioni dispositive si è incrementato del 70% rispetto al 2003.

Numero di azioni dispositive Home Banking



### 3.7.13 Contenzioso e litigiosità

Nella fornitura dei servizi virtuali si evidenzia l'assenza di contestazioni alla Banca da parte della clientela.

### Proposta di miglioramento futuro

La BCC di San Marzano di S.G., in questi anni in cui è stata forte la spinta di richieste di tipo sociale, provenienti dall'esterno, ha pianamente compreso che l'obiettivo di una Banca di Credito Cooperativo non è la massimizzazione del profitto fine a sé stesso, ma la realizzazione del profitto per il perseguimento dello sviluppo sostenibile e la crescita del benessere nel territorio di operatività.

A tal proposito la Direzione aziendale si è impegnata a formalizzare con ampio anticipo il Piano Strategico 2005 - 2007 arricchito di nuovi obiettivi ispirati allo "sviluppo sostenibile", la cui realizzazione è lo scopo istituzionale della Banca.

Dal lato della comunicazione e della rendicontazione sociale è intenzione della Banca richiedere, a partire dal Bilancio Sociale 2005, 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.

La Banca, infine, intende sottoporre il presente documento al gradimento dei dipendenti ed interlocutori esterni, al fine di rilevare il loro grado di soddisfazione e le legittime aspettative di miglioramento.



## Appendice

Conto economico riclassificato			
	2002	2003	2004
Interessi attivi e proventi assimilati	6.541.691	6.537.932	6.934.557
Interessi passivi ed oneri assimilati	-1.980.831	-1.846.511	-1.743.901
Dividendi ed altri proventi	67.386	41.966	33.384
<b>MARGINE DI INTERESSE</b>	<b>4.628.246</b>	<b>4.733.387</b>	<b>5.224.040</b>
Commissioni attive nette	948.580	1.093.833	1.348.642
Profitti da operazioni finanziarie	-164.055	-271.066	111.496
Altri proventi ed oneri di gestione	696.810	701.538	845.704
<b>MARGINE DI INTERMEDIAZIONE</b>	<b>6.109.581</b>	<b>6.257.692</b>	<b>7.529.882</b>
Spese amministrative	-3.920.204	-4.392.956	-5.025.732
<b>RISULTATO LORDO DI GESTIONE</b>	<b>2.189.377</b>	<b>1.864.736</b>	<b>2.504.150</b>
Accantonamenti, rettifiche e riprese di valore	-1.014.700	-653.553	-1.070.570
<b>UTILE ORDINARIO</b>	<b>1.174.677</b>	<b>1.211.183</b>	<b>1.433.580</b>
Proventi ed oneri straordinari	-52.164	-34.153	20.364
<b>UTILE AL LORDO DELLE IMPOSTE</b>	<b>1.122.513</b>	<b>1.177.030</b>	<b>1.453.944</b>
Imposte sul reddito di esercizio	-194.440	-229.965	-396.736
<b>UTILE (PERDITA) D'ESERCIZIO</b>	<b>928.073</b>	<b>947.065</b>	<b>1.057.208</b>

Stato patrimoniale riclassificato			
	2002	2003	2003
<b>Attivo</b>			
Cassa e disponibilità	1.479.477	2.883.144	2.190.652
Totale crediti *	71.778.950	78.333.243	100.143.629
Titoli non immobilizzati	41.941.719	48.790.120	50.270.309
Immobilizzazioni	5.978.785	5.887.786	6.593.223
Altre voci dell'attivo	3.820.240	4.481.226	3.258.798
<b>TOTALE DELL'ATTIVO</b>	<b>124.999.171</b>	<b>140.375.519</b>	<b>162.456.611</b>
* al netto delle svalutazioni crediti			
<b>Passivo</b>			
Totale debiti	109.494.513	123.467.086	145.492.889
Fondi e destinazione specifica	1.016.487	1.002.139	1.301.561
Altre voci del passivo	3.382.272	3.852.852	2.519.483
Fondi rischi bancari generali	17.452	22.331	-
Patrimonio netto	11.088.447	12.031.111	13.142.678
<b>TOTALE PASSIVO</b>	<b>124.999.171</b>	<b>140.375.519</b>	<b>162.456.611</b>

2003

## Bilancio Sociale

Banca di  
Credito Cooperativo di  
San Marzano di S. Giuseppe

Taranto



San Marzano  
di San Giuseppe

## Questionario di valutazione del Bilancio Sociale 2004

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

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

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

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

Nome e cognome: ....., Provincia di residenza: .....

Sesso: M F      Et : ....., Professione: .....

E-mail: .....

Data

Firma

.....

.....

Grazie per la collaborazione.

-----

“Il questionario pu  anche essere compilato sul sito  
www.bccsmarzano.it, consegnato presso una filiale della BCC  
oppure inviato al fax 099.9575501”

-----

Spettabile

Banca di Credito Cooperativo di  
San Marzano di San Giuseppe  
Direzione Amministrativa  
Via Vittorio Emanuele III, s.n.

74023 San Marzano di San Giuseppe - TA

BCC DI SAN MARZANO DI S.G.

## BILANCIO SOCIALE 2004

### 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

### Editing

Auriga Informatica - Bari

### Fotolito e Stampa

Grafiche Cressati S.r.l. - Taranto