



2006

Bilancio Sociale



Il marchio, il logo del Credito Cooperativo,



il simbolo della melagrana,



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



il marchio della *Carta della Coesione del Credito Cooperativo*,



sono registrati e di proprietà Federcasse.

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

In copertina particolari da:

- Chiesa San Carlo Borromeo, San Marzano San Giuseppe;
- Chiesa Matrice, Francavilla Fontana;
- Chiesa Matrice, Grottaglie;
- Chiesa San Domenico, Taranto;
- Chiesa Matrice, Villa Castelli.

BANCA DI CREDITO COOPERATIVO DI SAN MARZANO DI SAN GIUSEPPE

Società Cooperativa
Fondata nel 1956

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

- Capitale sociale e riserve: € 17.137.700,76
- Repertorio Economico Amministrativo: C.C.I.A.A. di Taranto n. 33127
- Registro Società: Tribunale di Taranto n. 2373
- Sezione Cooperative a mutualità prevalente n. A157396
- Codice Fiscale e Partita IVA: 00130830730
- Codice ABI: n. 08817.9
- Albo delle Banche: n. 4554
- Swift: ICRAITRRMP0
- Aderente al Fondo di Garanzia dei depositi del Credito Cooperativo
- Internet: www.bccsanmarzano.it
- E-mail: banca@bccsanmarzano.it

Messaggio del Presidente	9
Obiettivi e principi di redazione del Bilancio Sociale	10
Nota metodologica	11
1 IDENTITÀ AZIENDALE	15
1.1 Storia	16
1.2 Contesto di riferimento	22
1.2.1 Le Banche di Credito Cooperativo	22
1.2.2 Rete Commerciale	26
1.2.3 Evoluzione di alcuni prodotti	27
1.3 Valori	30
1.4 Missione	34
1.5 Assetto istituzionale ed organizzativo	35
1.5.1 Assetto Istituzionale	35
1.5.2 Corporate Governace	35
1.5.3 Partecipazioni ed alleanze	38
1.6 Sustainability Governance	40
1.6.1 Norme interne e sistemi di controllo volti a garantire l'osservanza della legge	40
1.6.2 Bilancio Sociale	40
1.6.3 Assetto organizzativo	41
1.6.4 Il mercato del credito	42
1.7 Disegno strategico	43
1.7.1 Piano strategico triennio 2006-2008	43
1.8 Piano programmatico	44
1.9 Scelte della BCC di San Marzano di S.G. in tema di responsabilità sociale d'impresa	46
2. RENDICONTO (PRODUZIONE E DISTRIBUZIONE DEL VALORE)	49
2.1 Dati significativi di gestione	50
2.1.1 Financial Highlights	50
2.1.2 Indici gestionali	51
2.2 Calcolo del valore aggiunto	59
3. RELAZIONE SOCIALE	63
3.1. BCC di San Marzano di S.G. e Risorse umane	64

3.1.1	Obiettivi	64
3.1.2	Politica delle assunzioni	64
3.1.3	Composizione del personale	65
3.1.4	Turnover	68
3.1.5	Politiche di pari opportunità	69
3.1.6	Comunicazione interna	70
3.1.7	Relazioni sindacali	71
3.1.8	Conflittualità sindacale	72
3.1.9	Formazione	72
3.1.10	Valorizzazione	73
3.1.11	Sistemi di remunerazione e lavoro straordinario	74
3.1.12	Mutualità verso i dipendenti	76
3.1.13	Sicurezza e salute sul luogo di lavoro	77
3.1.14	Aggregazione del personale	78
3.1.15	Contenzioso e litigiosità	78
3.2	BCC di San Marzano di S.G. e Azionisti/soci.....	83
3.2.1	Obiettivi	83
3.2.2	Segmentazione dei soci per categorie	84
3.2.3	Composizione percentuale dei soci e del capitale sociale	85
3.2.4	Capitale sociale	88
3.2.5	Partecipazione dei soci al governo dell'impresa e tutela delle minoranze.....	89
3.2.6	Servizi ed agevolazioni riservate ai soci	90
3.2.7	Investor relations	91
3.2.8	Contenzioso e litigiosità	91
3.3	BCC di San Marzano di S.G. e Clienti	93
3.3.1	Obiettivi	93
3.3.2	Caratteristiche ed analisi della clientela	94
3.3.3	Marketing development	97
3.3.4	Prodotti di finanza etica	100
3.3.5	Sistema qualità e reclami	100
3.4	BCC di San Marzano di S.G. e Fornitori	103

3.4.1	Obiettivi	103
3.4.2	Qualificazione ed analisi dei fornitori	104
3.4.3	Caratteristiche delle forniture	105
3.4.4	Ricaduta sul territorio	106
3.4.5	Condizioni negoziali e comunicazione	108
3.4.6	Sistemi di Qualità e certificazione di qualità o ambientale	109
3.4.7	Contenzioso e litigiosità	109
3.5	BCC di San Marzano di S.G. e altre banche/istituzioni	111
3.5.1	Obiettivi	111
3.5.2	Rapporti con le altre banche	112
3.5.3	Rapporti con le compagnie assicurative e con gli intermediari finanziari	113
3.5.4	Rapporti con le Autorità di Vigilanza e Monetaria	113
3.5.5	Rapporti con le Associazioni di categoria	113
3.5.6	Norme interne e sistemi di controllo volti a garantire l'osservanza della legge	114
3.5.7	Comunicazione	114
3.5.8	Contenzioso e litigiosità	114
3.6	BCC di San Marzano di S.G. e Stato/Autonomie Locali	117
3.6.1	Obiettivi	117
3.6.2	Imposte, tributi e tasse	117
3.6.3	Rapporti con gli Enti Locali e la Pubblica Amministrazione	119
3.6.4	Contenzioso e litigiosità	119
3.7	BCC di San Marzano di S.G. e Collettività	121
	PERSONE	
3.7.1	Apporti diretti al sociale per una migliore qualità della vita	122
	AMBIENTE	
3.7.2	Formazione ed educazione	131
3.7.3	Interventi qualificanti	131
3.7.4	Eventuali certificazioni ambientali	131
3.7.5	Aspetti diretti di performance ambientali	131
3.7.6	Contenzioso e litigiosità	132
	BCC DI SAN MARZANO DI S.G. E MEDIA	

3.7.7	Qualificazione dei Media utilizzati	132
BCC DI SAN MARZANO DI S.G. E COMUNITA' VIRTUALE		
3.7.8	Obiettivi	136
3.7.9	Caratteristiche ed analisi dei "contatti"	137
3.7.10	Tutela della sicurezza per le operazioni di "Virtual Banking"	138
3.7.11	Investimenti in strumenti per lo sviluppo della "Virtual Banking"	139
3.7.12	Azioni di sensibilizzazione alla cultura dell'Information Technology	139
3.7.13	Contenzioso e litigiosità	139
4.	SISTEMA DI RILEVAZIONE DEL CONSENSO	140
5.	PROPOSTA DI MIGLIORAMENTO FUTURO	149
6.	APPENDICE	151
Glossario		153
Questionario di valutazione del Bilancio Sociale 2006		155
Relazione della Società di Revisione sul Bilancio Sociale		157
Credits		159



San Marzano - Chiesa S. Carlo Borromeo



Il Bilancio Sociale è uno strumento che consente di rendere il più visibile e trasparente possibile l'attività quotidiana di chi lo redige, in particolar modo per un'azienda il cui obiettivo è la mutualità e la cooperazione.

La BCC di San Marzano di S.G. si è impegnata fin dal 2002 in questa opera. Ci sentiamo, pertanto, insieme a tutte le altre BCC che hanno creduto in questo strumento di relazione esterna, precursori del Decreto del Ministero delle Attività Produttive che disciplina la Vigilanza Cooperativa sulle Banche di Credito Cooperativo, e sottoporrà dal 1 gennaio 2007, data di entrata in vigore del suddetto Decreto, le BCC alla "Revisione Cooperativa", ovvero ad una revisione mirata alla qualità della partecipazione e del coinvolgimento dei soci (democrazia interna), all'intensità e alla qualità dello scambio mutualistico, inteso come miglioramento delle condizioni economiche (minori costi e maggiore remunerazione della raccolta) e metaeconomiche (moralì, culturali, sociali).

La normativa non permetterà più alcuna scappatoia o simulazione all'adesione ai principi ispiratori dell'Idea Cooperativa, offrendo, al contempo, lo stimolo per il conseguimento di ulteriori miglioramenti e l'opportunità per verificare nell'operatività quotidiana la caratteristica cooperativa.

Con questo presupposto le Banche di Credito Cooperativo vivono e investono nell'economia reale non finanziaria, si impegnano nella finanza per lo sviluppo e non nella finanza fine a se stessa, sostenendo in tal modo le strutture produttive e creando occupazione reale.

Il credito erogato dalle BCC è indirizzato a favorire principalmente le imprese minori, i piccoli e piccolissimi imprenditori, quelli che più difficilmente riescono a rivolgersi ai grandi circuiti economici, ma che rappresentano una parte molto importante del sistema economico Italia, quel capitalismo locale e del territorio che riesce a svilupparsi e crescere proprio grazie alle Banche di Credito Cooperativo.

Franco Cavallo

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

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

Obiettivi e principi di redazione del Bilancio Sociale

Il Bilancio Sociale si propone di conseguire i seguenti obiettivi:

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

In particolare ciò significa:

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

Alla base del bilancio sociale c'è il riconoscimento che ogni azienda, in diverso modo e misura, possiede e manifesta un determinato indirizzo etico, che informa le scelte strategiche e le azioni quotidiane.

Nella prospettiva del bilancio sociale, il governo dell'azienda deve rendere espliciti gli scopi e le norme che regolano i comportamenti di manager e dipendenti.

Una rappresentanza di manager e dipendenti:



Nota metodologica

Il Bilancio Sociale al 31 dicembre 2006 della Banca di Credito Cooperativo di San Marzano di San Giuseppe – Taranto – Società Cooperativa (di seguito “BCC di San Marzano di S.G.” e “la Banca”) è stato predisposto in conformità alle linee guida “Principi di redazione del Bilancio Sociale” definite nel 2001 dal GBS – Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale. Si è anche tenuto conto del documento ABI “Il Rendiconto agli Stakeholder. Una guida per le banche del 2006”.

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

I contenuti del documento sono stati organizzati in quattro sezioni:

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

I dati economico-patrimoniali riportati nel documento sono estratti dal bilancio di esercizio 2006 che è il primo bilancio annuale redatto in applicazione dei principi contabili internazionali IAS/IFRS (International Accounting Standards/International Financial Reporting Standard). Per finalità comparative si è proceduto a rideterminare i dati del 2005 riportati nel Bilancio Sociale 2005 in modo da uniformarli ai predetti principi.

Il processo attraverso cui si è giunti alla redazione del documento, è rappresentato nella seguente tabella. In essa sono riportate le fasi percorse durante tutto l'iter di decisione, preparazione e conclusione del Bilancio Sociale.

FASI	OBIETTIVI	REQUISITI
<p>I</p> <p>RENDERSI CONTO</p> <p>Preparazione e programmazione del processo di rendicontazione agli stakeholder</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. valutare l'opportunità per la banca di intraprendere il processo di rendicontazione agli stakeholder 2. valutare la fattibilità del processo nel contesto organizzativo 3. definire il percorso per la realizzazione 4. condividere il progetto 	<ol style="list-style-type: none"> a. informazione/formazione e consapevolezza b. identificazione degli stakeholder e delle loro aspettative legittime c. impegno del vertice aziendale
<p>II</p> <p>RENDERE CONTO</p> <p>Analisi, raccolta dati e costruzione del sistema di indicatori, redazione e validazione del documento, verifica</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. individuare contenuti informativi coerenti con la logica della rendicontazione 2. raccogliere i dati necessari a costruire il sistema di indicatori 3. redigere e validare il documento di rendicontazione agli stakeholder 4. verificare il processo e il documento realizzato 	<ol style="list-style-type: none"> d. responsabilità e. trasparenza e significatività f. coerenza g. coinvolgimento degli stakeholder
<p>III</p> <p>COMUNICARE AGLI STAKEHOLDER</p> <p>Pubblicazione e pubblicizzazione del documento</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. comunicare il documento in modo efficace 2. pubblicare il documento 3. pubblicizzare il documento 	<ol style="list-style-type: none"> d. comprensibilità/ chiarezza ed intelligibilità e. accessibilità f. ascolto g. tempestività h. neutralità

Tratto da: ABI, "Il rendiconto agli stakeholder. Una guida per le banche", Bancaria Editrice, 2006



Sede storica "Cassa Rurale di San Marzano di San Giuseppe"

CASSA RURALE S. MARZANO DI S. GIUSEPPE
con Sede in S. MARZANO DI S. GIUSEPPE
(TARANTO)

Costituita con atto Notaio F. MONTICELLI in data 17-9-1956 N. 132393 rep.
Omologata dal Tribunale di TARANTO con decreto del 12-2-57
depositata nella Cancelleria di TARANTO al N. 6335
reg. d'ord. N. 2373 reg. Società e inserito nel fasc.
Pubbl. nel Bollettino Ufficiale delle Società per azioni N. 5776 del 11-7-57

CAPITALE SOCIALE L. 3.450.000
DURATA DELLA SOCIETÀ: anni 29

Titolo nominativo N. 1=
per N. 25= azioni da L. 10.000 ciascuna
e complessivamente L. Duecentocinquantamila.=
intestato al Sig. dr. Casalini Giovanni
domiciliato in San Marzano di San Giuseppe
iscritto al N. 1= del Libro dei Soci.

S. Marzano di S. G. li 10 agosto 1957

IL PRESIDENTE
(Comm. dr. Giovanni Casalini)



Registri Dellelì Roma-Ediziano Dis. 9/10

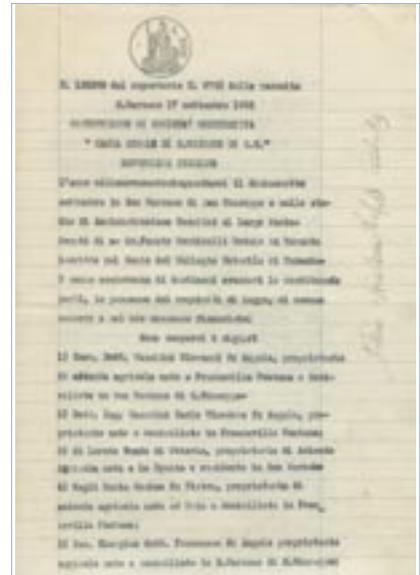
1. Identità aziendale

*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 17 settembre 1956 quarantatré soci fondatori, alla presenza del notaio Fausto Ponticelli, firmano l'atto costitutivo della **Cassa Rurale di San Marzano di San Giuseppe Società Cooperativa** allo scopo di:

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



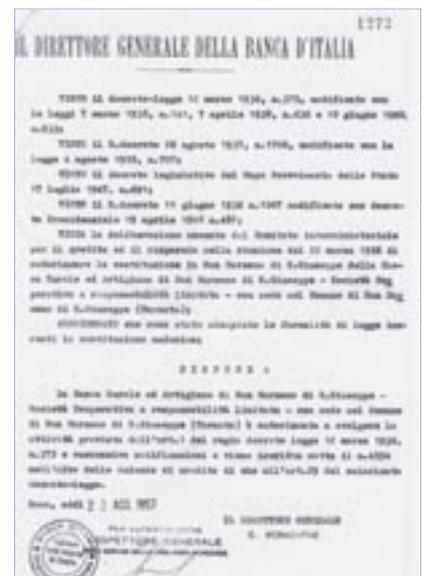
Atto Costitutivo

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

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

Nei successivi anni vengono inaugurate le filiali di Grottaglie (1996), Taranto (2000), Foggiano (2001), Villa Castelli (2003), a febbraio 2006 è aperta la filiale di Leporano e a giugno dello stesso anno l'Ufficio di Tesoreria situato presso la Camera di Commercio di Taranto viene trasformato, previo parere favorevole della Banca d'Italia, in filiale.

La BCC di San Marzano di S.G., con otto filiali, è riuscita ad compiere il necessario salto di qualità che le ha consentito di offrire alla propria clientela i migliori servizi ed i prodotti bancari disponibili sul mercato, affermandosi come la Banca di punta del Sistema Cooperativo della provincia di Taranto.



Autorizzazione Banca d'Italia

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

17 settembre 1956	→	Costituzione della Cassa Rurale di San Marzano di San Giuseppe. L'Assemblea dei soci delibera, a norma dell'art. 1 dello Statuto, di richiedere, ai sensi della legge, l'autorizzazione ad operare anche nei comuni limitrofi di Francavilla Fontana, Sava, Fragagnano e Grottaglie.
23 agosto 1957	→	La Banca d'Italia autorizza la Cassa a svolgere l'attività bancaria.
30 settembre 1957	→	Inizia l'attività della Cassa con l'apertura della sede a San Marzano in piazza Casalini. Presidente è Giovanni Casalini, Direttore Raffaele Lobello.
1964	→	Viene nominato Direttore Antimo Schiavilla, figura importante nella storia della Cassa, medaglia d'oro di ICCREA.
1988	→	Francesco Cavallo viene nominato Presidente della Cassa succedendo a Giovanni Casalini.
1991	→	A novembre la Cassa acquista un suolo a San Marzano per la costruzione della nuova sede che ospiterà gli uffici della Presidenza, della Direzione Generale, dello sportello di San Marzano e una sala auditorium. La Cassa apre la sua prima filiale nel Comune di Francavilla Fontana (BR).
1993	→	La zona di competenza si estende ai comuni di Oria, Villa Castelli, Ceglie Messapica, Latiano allargando così l'operatività anche nella provincia di Brindisi.
1994	→	La Cassa assume l'attuale denominazione di "Banca di Credito Cooperativo di San Marzano di San Giuseppe – TA".
1995	→	Gli uffici amministrativi centrali e quelli della filiale di San Marzano si trasferiscono nell'attuale sede di Via Vittorio Emanuele a San Marzano. A settembre il Direttore Antimo Schiavilla lascia per quiescenza la Direzione Generale dopo 38 anni. Al suo posto viene nominato Emanuele Di Palma.
1996	→	Viene aperta la filiale di Grottaglie (TA).
2000	→	Viene aperta la filiale di Taranto.
2001	→	A maggio la filiale di Grottaglie si trasferisce nei nuovi locali acquistati nel corso dell'anno. Viene aperta la filiale di Faggiano (TA).
2003	→	Viene aperta la filiale di Villa Castelli (BR).
2005	→	Viene completato l'ampliamento e la ristrutturazione della filiale di Taranto.
2006	→	Viene aperta la filiale di Leporano (TA). L'Ufficio di Tesoreria presso la C.C.I.A.A. di Taranto diventa filiale.



Filiale di San Marzano di San Giuseppe



Filiale di Francavilla Fontana



Filiale di Grottaglie



Filiale di Taranto



Filiale di Faggiano



Filiale di Villa Castelli



Filiale di Leporano



Filiale di Taranto 2 presso la Camera di Commercio di Taranto

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 sono organizzate a livello nazionale secondo un **sistema nazionale** che prende il nome di **Credito Cooperativo** caratterizzato da una struttura piramidale, all'interno della quale la ripartizione delle funzioni è ispirata al **principio della sussidiarietà**. Inoltre il Credito Cooperativo si articola attraverso due diversi versanti, uno associativo ed uno imprenditoriale, entrambi assicurano l'integrazione, le sinergie e le economie di scala tra e per le singole aziende.

Il versante associativo risulta composto dalle quindici Federazioni Regionali e dalla Federazione Nazionale (Federcasse), la quale svolge funzioni di coordinamento, assistenza tecnica, consulenza ed erogazione di servizi a favore delle Banche associate

Il versante imprenditoriale, rappresentato dalla società capogruppo ICCREA Holding SpA, si configura come "complemento operativo" della BCC per quanto riguarda la fornitura di servizi e prodotti alle Banche di Credito Cooperativo.

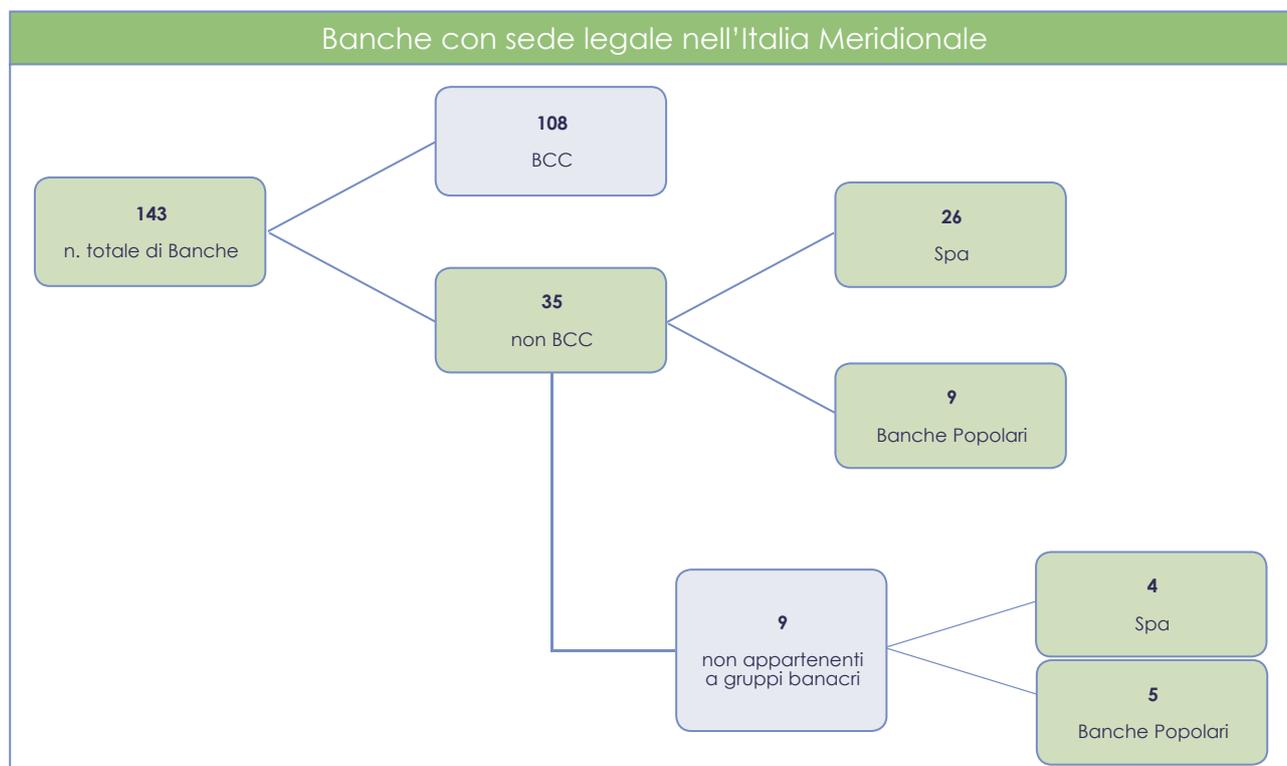


Tratto da: Schema di rendicontazione elaborato da Federcasse. Edizione 2007

Le BCC in Italia			
	2004	2005	2006
Banche	443	438	438
Sportelli	3.441	3.563	3.713
Soci *	715	761	805
Amministratori *	6	6	6
Clients affidati *	1.643	1.475	1.499
Dipendenti *	26	26	27

Fonte dati Federcasse al 30 settembre 2006
 *dati espressi in migliaia

La figura riportata di seguito riepiloga la ripartizione delle Banche con sede legale nell'Italia Meridionale a dicembre 2005. Le Banche di Credito Cooperativo (108) rappresentano oltre i tre quarti di tutte quelle con sede nell'Italia Meridionale. Delle 35 banche S.p.A. e Popolari insediate al Sud, solo 9 (pari a un quarto del totale) non appartengono a gruppi bancari e possono essere dunque considerate locali a tutti gli effetti. Le BCC rappresentano così ben il 92,3% delle banche "integralmente" del Sud; una presenza fortissima, che le rende attori strategici nel processo di sviluppo nelle regioni meridionali della Penisola.



Dati al dicembre 2005.
 Tratto da: Schema di rendicontazione elaborato da Federcasse. Edizione 2007

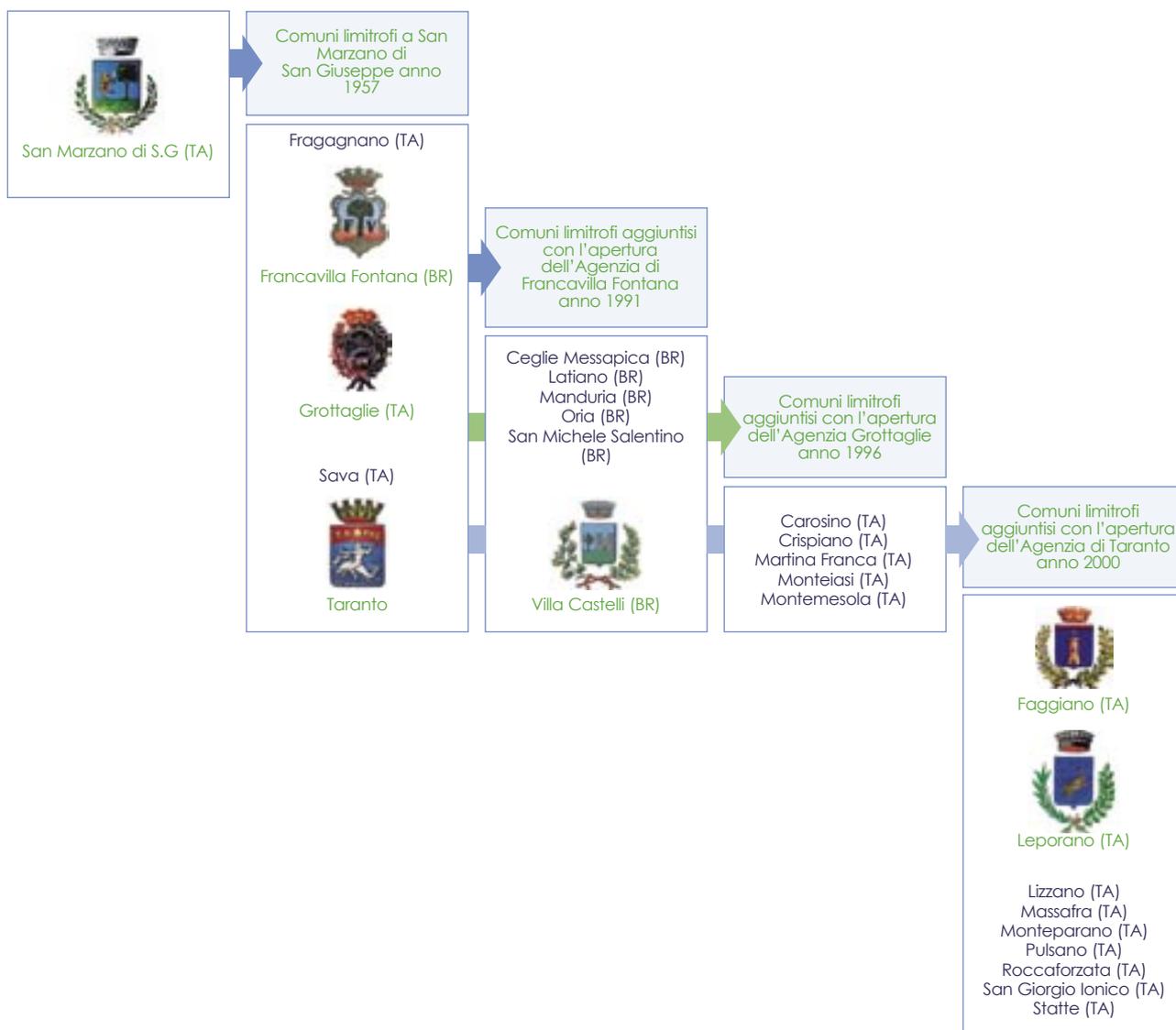
Il territorio di operatività

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

... (Art. 3 dello Statuto sociale)

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

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



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



Legenda

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

1.2.2 Rete Commerciale

Rete Sportelli

Il territorio di operatività, rappresentato da 26 comuni, è coperto per il tramite di 8 filiali:



San Marzano
di San Giuseppe (TA)



Francavilla Fontana
(BR)



Grottaglie (TA)



Taranto



Foggiano (TA)



Villa Castelli (BR)



Leporano (operativa
da febbraio 2006)



Taranto 2 (Presso
Camera di
Commercio di
Taranto)

Canali Virtuali

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

SIMPLYBANK nelle versioni:

Home Banking, per la clientela privata

Corporate Banking, per le imprese

Simply SMS un nuovo canale
di comunicazione
Banca/cliente tramite cellulare GSM

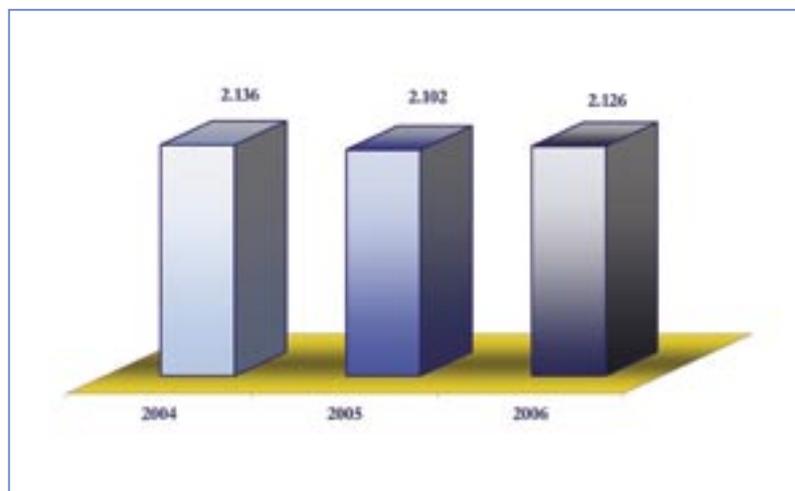
directa per il trading on line

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.

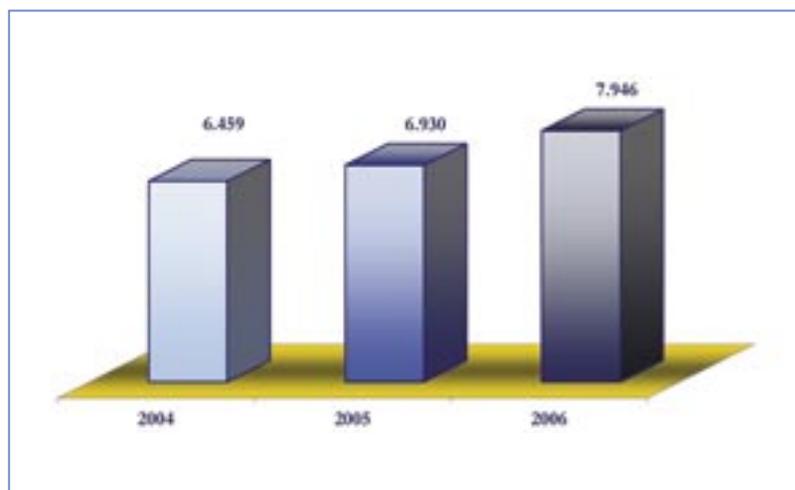
Numero mutui	
Anno	N. mutui
2004	2.136
2005	2.102
2006	2.126

Numero mutui



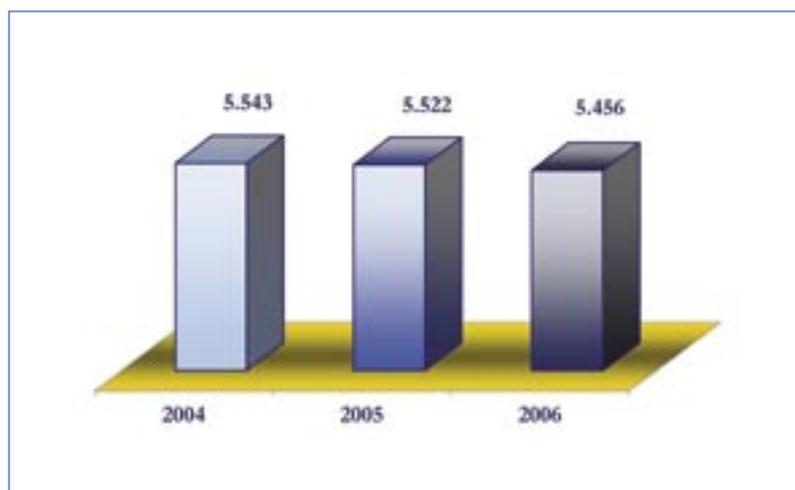
Numero conti correnti	
Anno	N. conti correnti
2004	6.459
2005	6.930
2006	7.946

Numero conti correnti



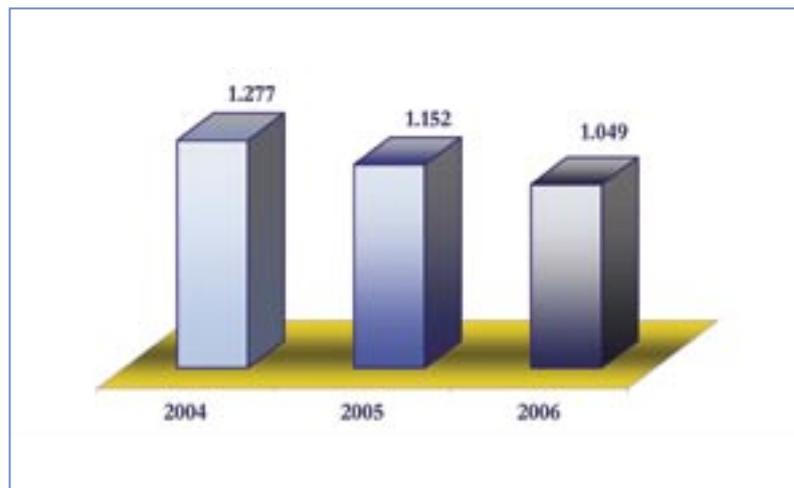
Numero depositi a risparmio	
Anno	Depositi a risparmio
2004	5.543
2005	5.522
2006	5.456

Numero depositi a risparmio



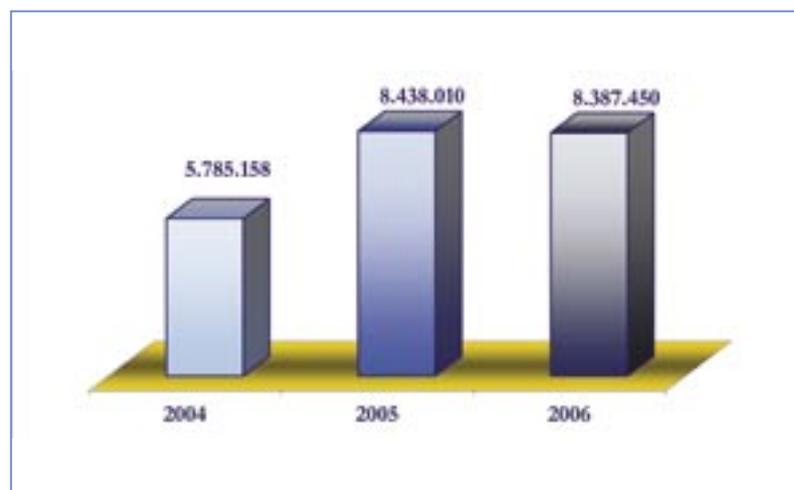
Numero certificati di deposito	
Anno	Certificati di deposito
2004	1.277
2005	1.152
2006	1.049

Numero certificati di deposito



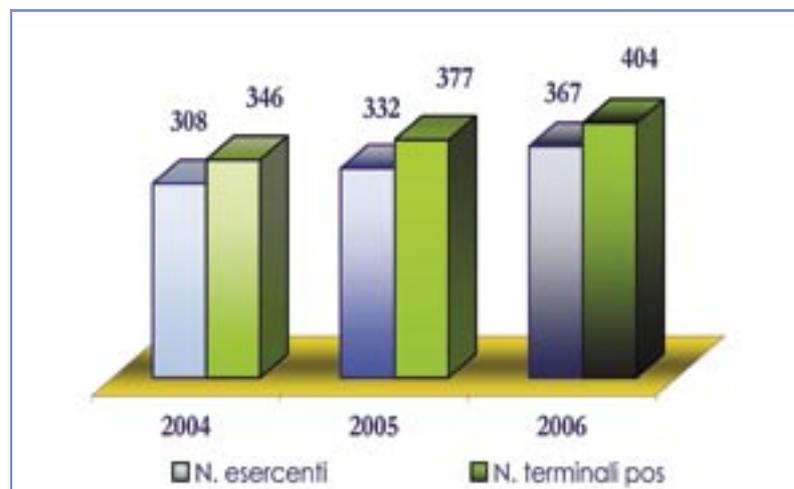
Risparmio gestito (importo)	
Anno	Risparmio gestito
2004	5.785.158
2005	8.438.010
2006	8.387.450

Risparmio gestito (importo)



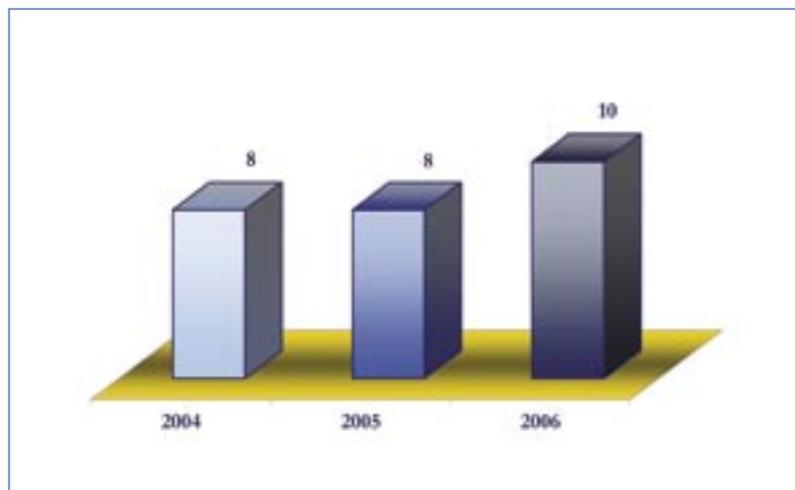
Numero terminali pos/ esercenti		
Anno	N.esercenti	N. terminali pos
2004	308	346
2005	332	377
2006	367	404

Numero terminali pos/esercenti



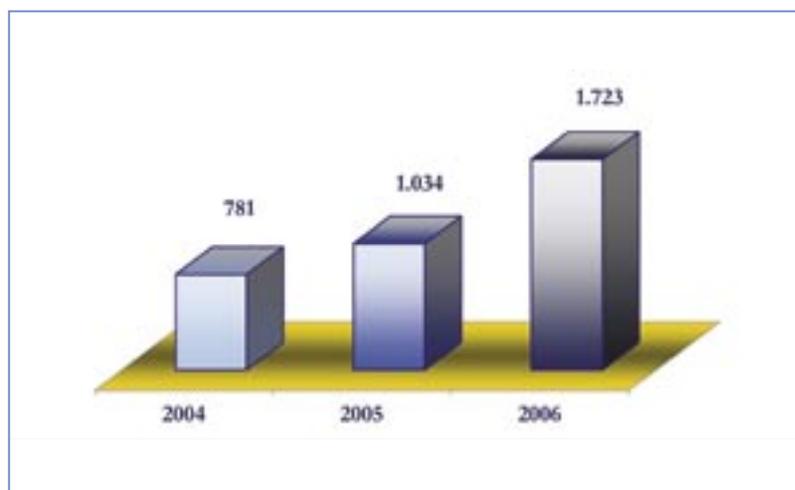
Numero terminali ATM	
Anno	N. terminali ATM
2004	8
2005	8
2006	10

Numero terminali ATM



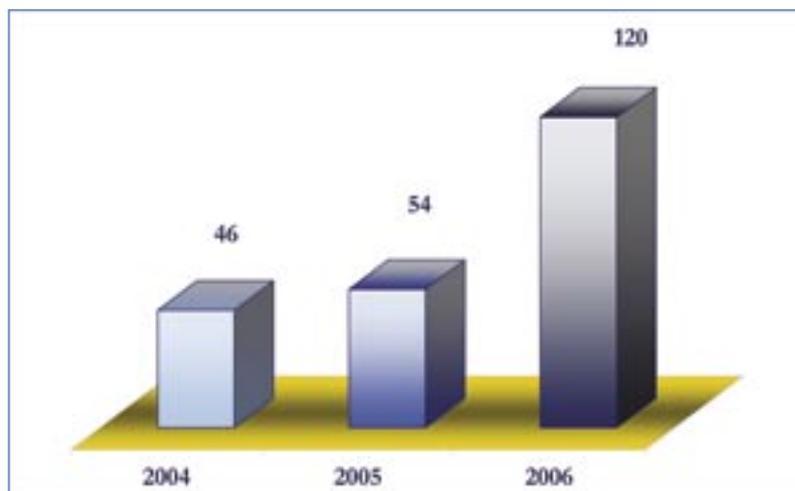
Num utenti Home Banking	
Anno	N. Home Banking
2004	781
2005	1.034
2006	1.723

Numero utenti Home Banking



Num utenti SMS Banking	
Anno	N. SMS Banking
2004	46
2005	54
2006	120

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, è ispirato dai seguenti documenti:

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

Carta dei valori d'impresa*

- Centralità della persona, rispetto della sua integrità fisica e rispetto dei suoi valori di interrelazione con gli altri
- Rispetto e tutela dell'ambiente
- Efficienza, efficacia ed economicità dei sistemi gestionali per accrescere costantemente i livelli di redditività e di competitività dell'impresa
- Correttezza e trasparenza dei sistemi di gestione in conformità alle norme e alle convenzioni dei sistemi vigenti, nei riguardi delle componenti interne ed esterne all'impresa
- Impegno costante nella ricerca e nello sviluppo per favorire e percorrere - nel perseguimento del disegno strategico - il massimo grado di innovazione
- Attenzione ai bisogni ed alle aspettative legittime degli interlocutori interni ed esterni per migliorare il clima di appartenenza e il grado di soddisfazione
- Affidabilità dei sistemi/procedure di gestione per la sicurezza degli addetti, della collettività e dell'ambiente
- Interrelazione con la collettività e con le sue componenti rappresentative per un dialogo partecipativo di scambio e di arricchimento sociale, finalizzato al miglioramento della qualità della vita
- Valorizzazione delle risorse umane attraverso percorsi di accrescimento professionale e di partecipazione agli scopi dell'impresa

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

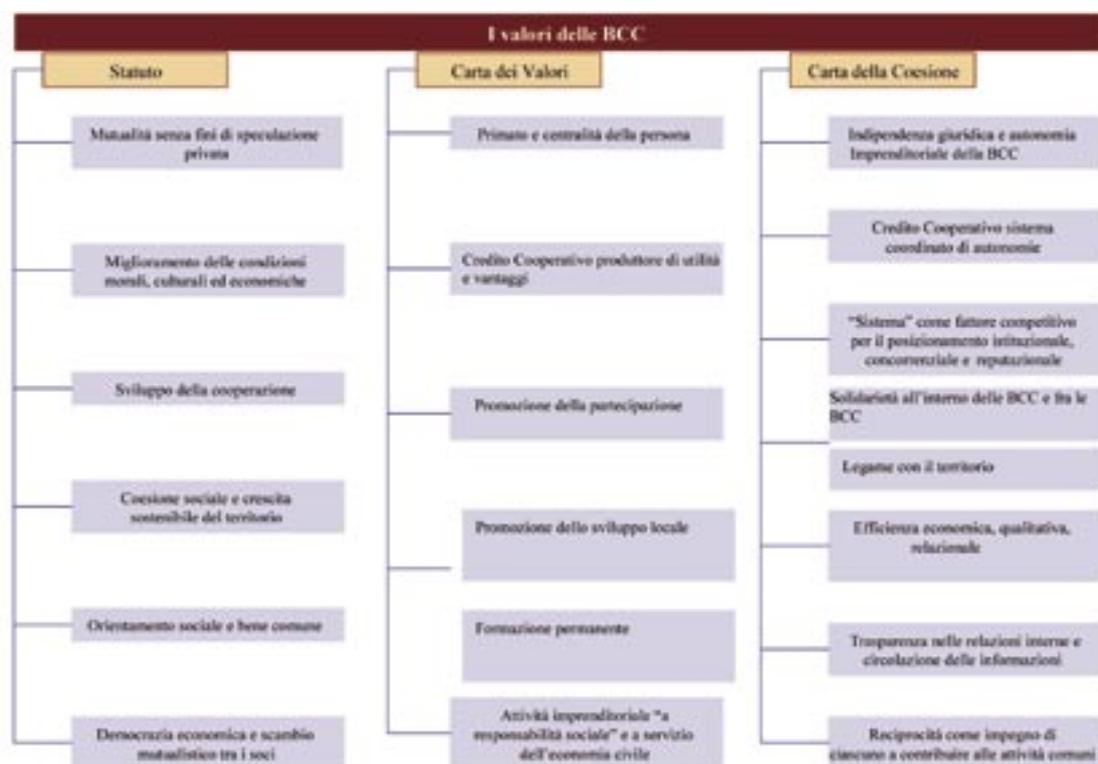
La **Carta dei Valori del Credito Cooperativo** esprime i valori sui quali si fonda l'azione delle Banche di Credito Cooperativo, la loro strategia e la loro prassi.



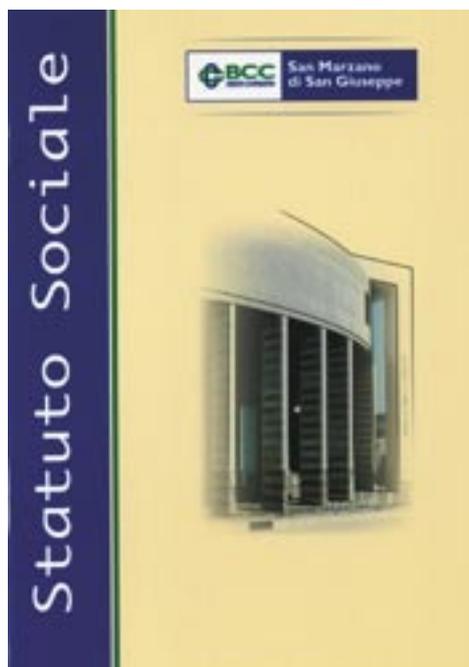
La **Carta della Coesione del Credito Cooperativo**, approvata a dicembre 2005, fissa i principi che orientano le evoluzioni organizzative del modo di stare insieme nel Credito Cooperativo. Con la Carta della coesione del Credito Cooperativo le BCC rinnovano l'impegno con il Paese per continuare a contribuire al suo sviluppo durevole e partecipato.



In sintesi:



Tratta da: Federcasse, "Bilancio sociale e di missione", Edizione 2007



1.4 Missione

La missione della BCC di San Marzano di S.G., definita nello Statuto è quella di:

- favorire i soci attraverso la mutualità e le comunità locali;
- perseguire la diffusione del benessere, inteso come il miglioramento delle condizioni economiche e meta-economiche (moralì, culturali, oltre che economiche);
- promuovere lo sviluppo della cooperazione;
- agevolare la coesione sociale;
- incentivare la crescita responsabile e sostenibile del territorio.

Essere intermediario della fiducia dei soci e della comunità locale.

Lavorare per la promozione del benessere e dello sviluppo complessivo assicurando un servizio finanziario conveniente e personalizzato e favorendo la partecipazione e la coesione.

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.

"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. 2 dello Statuto sociale)

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, come più ampiamente descritto nel capitolo 3.2.

1.5.2 Corporate Governance

Il capitale sociale, al 31 dicembre 2006, è composto da n. 14.372 azioni, sottoscritte da 880 soci, residenti prevalentemente nelle province di Taranto e Brindisi.

Elementi significativi della Corporate Governance

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

Organi deputati alla corporate governance della BCC di S.Marzano

Consiglio di Amministrazione

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

Direttore generale Emanuele Di Palma

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

Il Direttore Generale è il capo del personale ed ha il potere di proposta in materia di assunzione, promozione, provvedimenti disciplinari e licenziamento del personale.



Il Consiglio di Amministrazione della BCC di San Marzano di S.G., al 31 dicembre 2006, 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)
Francesco Cometa	Consigliere dal 18.12.1996	Medico	Grottaglie (TA)
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 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)
Raimondo Lanzo	Consigliere dal 18.05.2006	Agronomo	Fragagnano (TA)
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)
Età Media	66		
Numero di Riunioni	15		
Tasso medio di presenza alle riunioni del C.d'A.	93%		

Il Collegio Sindacale della BCC di San Marzano di S.G. al 31 dicembre 2006 risulta così composto:

Nome e Cognome	Carica ricoperta	Professione	Comune di residenza
Vincenzo Fasano	Presidente	Dottore Commercialista	Grottaglie (TA)
Maria Virginia Andrisano	Sindaco effettivo	Dottore Commercialista	Manduria (TA)
Ciro Cafforio	Sindaco effettivo	Dottore Commercialista	Grottaglie (TA)
Cosimo Damiano Miccoli	Sindaco Supplente	Dottore Commercialista	S.Marzano di S.G. (TA)
Pietro Rossellini	Sindaco Supplente	Dottore Commercialista	Grottaglie (TA)
Età Media	49,5		
Numero di riunioni	9		
Tasso medio di presenza alle riunioni	100%		

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

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

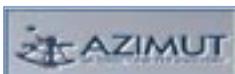
1.5.3 Partecipazioni ed alleanze

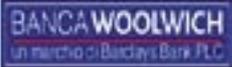
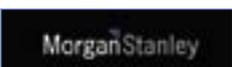
Al 31 dicembre 2006 le partecipazioni, iscritte in bilancio, sono esclusivamente in imprese legate al mondo finanziario, appartenenti al "Movimento Cooperativo":

- ICCREA HOLDING
- CO.SE.BA.
- Federazione delle BCC di Puglia e Basilicata
- Fondo Garanzia Depositanti BCC
- Visa Europe Limited
- FININDUSTRIA S.r.l., società partecipata dal 2006, promossa dall'Associazione degli Industriali della Provincia di Taranto. Il principale scopo è di acquisire partecipazioni nel capitale sociale di aziende del territorio, operanti in settori tecnologicamente innovativi.

La Banca nel corso del 2006 ha consolidato le alleanze con società prodottero 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 prodottero.

	Prestito personale Convenzionamento esercenti
	Fondi Comuni di Investimento
	Polizze Vita e Danni
	Fondi Comuni di Investimento Fondo Pensionistico Gestioni Patrimoniali
	Fondi Comuni di Investimento
	Leasing strumentale, immobiliare, auto al consumo

	Negoziante conto terzi
	Mutui casa
	Servizi di Factoring *
	Index Linked: Idea Piano Pensionistico Individuale Unit 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
	Servizio di trading on line
	Findomestic - Prestito personale Carta Aura
	Negoziante proprietà
	Polizze Danni
	Prestito - Prestito personale Convenzionamenti esercenti Carta Revolving VIVA
	SICAV classe A e B
	Prestiti personali *
	Mutui a tasso fisso e variabile

* Partnership assunta nel 2006

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

La definizione delle strategie della Banca viene condotta ponendo attenzione allo sviluppo del sistema dei controlli interni quale componente fondamentale per il corretto funzionamento aziendale. In particolare, sulla base delle previsioni della Banca d'Italia, il sistema dei controlli interni della Banca risulta articolato su tre differenti livelli.

Livello di controllo	Caratteristiche
Controlli di linea (primo livello)	Sono volti ad assicurare la corretta esecuzione delle operazioni. Sono effettuati dalle stesse strutture produttive (di particolare rilevanza è il controllo di tipo gerarchico), oppure incorporati nelle procedure ovvero eseguiti nell'ambito delle attività di back-office.
Controlli sulla gestione dei rischi (secondo livello)	Monitorano l'andamento dei rischi inerenti l'operatività della Banca. Sono affidati a strutture diverse da quelle produttive tra le quali un ruolo rilevante viene assunto dall'Ufficio Ispettorato Amministrativo e dall'Ufficio Controllo Crediti.
Internal Audit (controlli di terzo livello)	Sono volti ad individuare andamenti anomali, violazioni di procedure e della regolamentazione nonché a valutare la funzionalità del complessivo sistema dei controlli interni. Dal 2002 tale controllo è stato affidato al CO.SE.BA.*, Consorzio Servizi Bancari.

* 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, del 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, Federcashe 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 alcune BCC/CRA di Puglia, Basilicata e Calabria, congiuntamente all'Associazione delle Banche di Credito Cooperativo di Puglia e Basilicata, hanno delegato il compito di realizzare i controlli interni, attraverso l'analisi dei principali processi di lavoro.

1.6.2 Bilancio Sociale

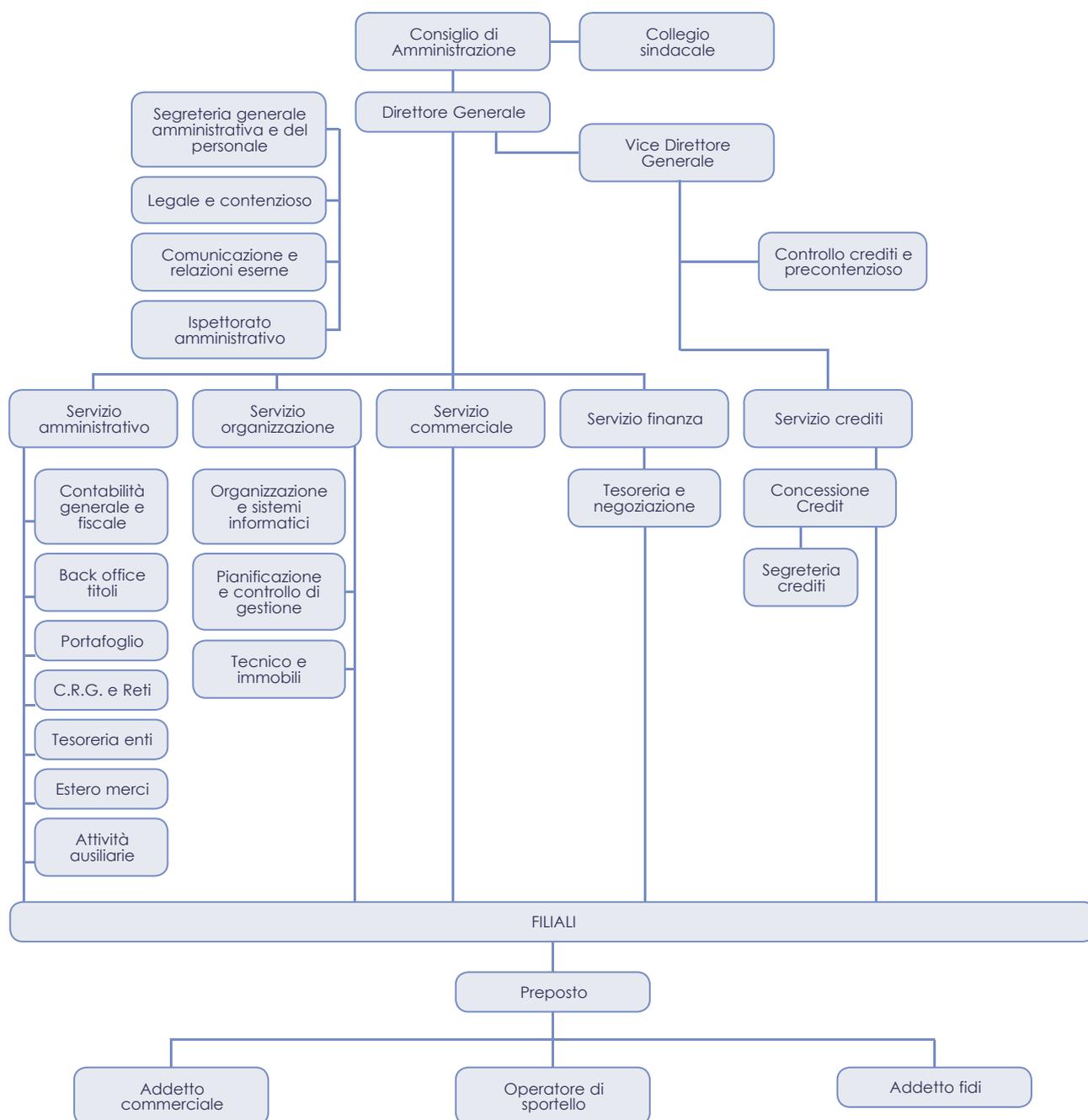
Il Bilancio Sociale è per la BCC di S. Marzano di S.G. uno strumento di rendiconto delle proprie performance e di valorizzazione del grado di consenso e legittimazione della Banca da parte degli interlocutori e della comunità locale.

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

1.6.3 Assetto organizzativo

L'organigramma nel corso del 2006 ha subito lievi modifiche in seguito a una ridefinizione e ristrutturazione dei compiti allo scopo di migliorare ulteriormente il livello di flessibilità e produttività dei processi, collocando le persone in base alla professionalità acquisita e alle attitudini personali.

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



1.6.4 Il mercato del credito

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

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

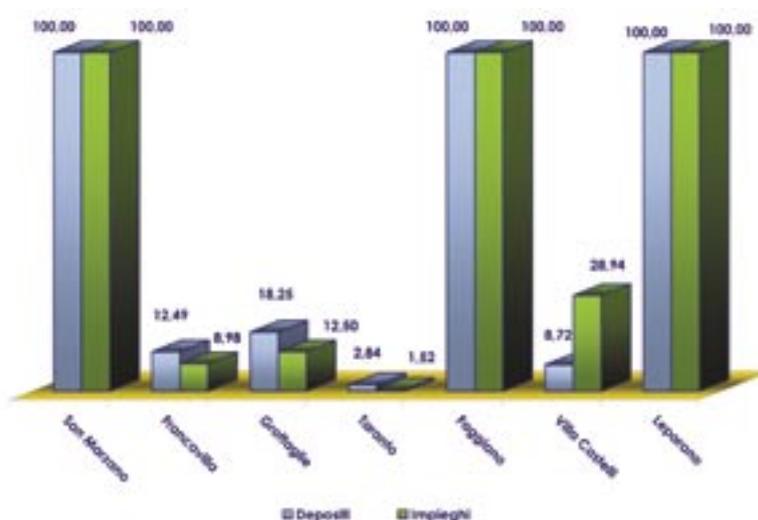
La Banca svolge una significativa azione di impulso e di sostegno all'economia locale, in un momento in cui gli Istituti di caratura nazionale sono sempre più impegnati in uno sforzo di consistenti ristrutturazioni organizzative e quindi meno attente alle necessità e alle aspettative del territorio.

Nel 2006 la presenza della BCC di San Marzano di S.G. nel territorio di competenza si è fatta sentire sempre di più attraverso l'erogazione del credito che ha contribuito in modo significativo a soddisfare le esigenze finanziarie delle imprese produttive e le aspettative economiche della popolazione, anche grazie alla nuova filiale di Leporano (aperta a Febbraio 2006)

Quote di mercato a destinazione *

Comune di residenza della Filiale	Quota % sul numero di sportelli nel comune	2004		2005		2006	
		Quota di mercato		Quota di mercato		Quota di mercato	
		Depositi	Impieghi	Depositi	Impieghi	Depositi	Impieghi
San Marzano	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Francavilla	8,33	11,92	9,03	11,88	9,11	12,49	8,98
Grottaglie	11,11	15,04	14,20	18,05	14,13	18,25	12,50
Taranto	1,52	1,88	1,35	2,30	1,51	2,84	1,52
Faggiano	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Villa Castelli	33,33	7,46	18,79	7,85	22,62	8,72	28,94
Leporano	-	-	-	n.d.	n.d.	100,00	100,00

Quote di mercato a destinazione 2005 BCC San Marzano



1.7 Disegno strategico

1.7.1 Piano strategico triennio 2006 - 2008

Il piano strategico per gli anni 2006 – 2008 si pone l'obiettivo di consolidare la crescita attraverso azioni e strategie fondate su elementi duraturi e difendibili, per diffondere gli ideali cooperativistici e aumentare ancor di più il radicamento nel territorio di riferimento, al fine di raggiungere una soglia dimensionale tale da consentire lo svolgimento sempre più efficace ed efficiente dell'operatività aziendale.

Gli obiettivi strategici sono di seguito riportati.

Obiettivi strategici 2006-2008

- Incremento dei volumi di Raccolta Diretta, Raccolta Indiretta e Impieghi.
- Allargare e qualificare la compagine sociale.
- Installazione di sportelli Bancomat distaccati.
- Apertura dello sportello Presso la Camera di Commercio di Taranto e apertura di un ulteriore sportello nel comprensorio Montemesola, Monteiasi, Carosino, Sava, Crispiano.
- Puntare ad una crescita sostenibile senza intaccare gli equilibri economici e patrimoniali.
- Consolidamento patrimoniale della Banca mediante destinazione a riserve indivisibili dell'utile di fine anno.
- Potenziamento della struttura dirigenziale.
- Istituzione della nuova Funzione Commerciale e dell'Ufficio Controllo e andamento Filiali.
- Potenziamento dell'Ufficio Risk Controller.
- Incremento del programma di formazione dei dipendenti.
- Separazione fisica tra Direzione Generale e Filiale mediante costruzione di un ampliamento dell'immobile.

1.8 Piano programmatico

Nella seguente tabella riportiamo il confronto tra gli obiettivi indicati nel Piano Strategico 2006-2008, relativamente ai principali aggregati patrimoniali, e i dati a consuntivo al 31 dicembre 2006.



San Marzano - campanile chiesa madre

AGGREGATI PATRIMONIALI	OBIETTIVO PIANO STRATEGICO 2006 - 2008*	CONSUNTIVO 2006
Raccolta Diretta	confermare la crescita del 17% annuo	crescita del 18% annuo
Impieghi	crescita del 17% annuo	crescita del 21% annuo
Impieghi/raccolta	mantenere la percentuale al di sotto del 66%	59%
Raccolta Indiretta	confermare la crescita del 10% annuo	crescita del 31% annuo
Patrimonio di vigilanza	incremento medio del 9% annuo	crescita del 11%

* Le previsioni sull'andamento degli aggregati per il periodo 2006 - 2008 includono l'effetto della apertura del nuovo sportello di Leporano e dello sportello presso la Camera di Commercio di Taranto e di un ulteriore nuovo sportello nel 2008.



San Marzano - cupola chiesa madre

La seguente tabella riporta, per Aree Funzionali, le principali linee politiche attraverso le quali la BCC di San Marzano di S.G. intende perseguire gli obiettivi delineati nel Piano Strategico 2006-2008, evidenziando il livello di realizzazione raggiunto nel 2006.

Piano Programmatico 2006 - 2008

Area Funzionale	Principali interventi previsti nel Piano Strategico 2006-2008	Livello di Realizzazione per l'anno 2006
Personale	Potenziamento della struttura dirigenziale.	***
	Potenziamento dell'Ufficio Risk Controller al fine far fronte all'aumento dei volumi gestiti e quindi dei rischi potenziali da presidiare.	**
	Istituzione della figura del Direttore Commerciale con funzione di supervisione e coordinamento di tutta l'attività di carattere commerciale svolta sia dalla sede che dalle filiali.	**
	Creazione di un ufficio specifico di Relazioni Esterne e Marketing.	***
	Istituzione di una funzione che costituisca supporto alla Direzione Generale per tutti gli aspetti che riguardano l'andamento della sede e delle Filiali.	**
	Continuare a valersi di consulenze esterne a sostegno delle funzioni strategiche della banca.	***
	Costante formazione dei dipendenti mirata ad accrescere la qualità del servizio prestato.	**
Organizzazione	Trasformazione della Tesoreria operante presso la Camera di Commercio di Taranto in sportello a piena operatività.	***
	Apertura di uno sportello Bancomat presso l'aeroporto di Grottaglie.	***
	Apertura di un nuovo sportello nel comprensorio di Sava, Montemesola, Monteiasi, Carosino, Crispiano.	*
	Separazione fra la Direzione Generale e la Filiale di San Marzano.	*
Approvvigionamenti e Partnership	Accentuare i contatti già avviati finalizzati ad aggregazioni con consorelle operanti nel territorio locale.	*
	Rafforzamento dei rapporti con i professionisti aderenti ad Ordini Professionali.	**
Amministrazione	Ulteriore ampliamento della base sociale.	**
	Incrementare l'efficienza dei controlli interni.	**
Marketing	Offrire una gamma di servizi e prodotti finanziari sempre più evoluti al fine di acquisire nuova clientela.	**
	Offrire consulenza alle imprese, in modo che la BCC di San Marzano possa caratterizzarsi come "Banca di Sviluppo" nel territorio.	**
	Offrire ai giovani una serie di iniziative volte a fidelizzarli e ad accompagnarli nello sviluppo dei propri progetti.	**
	Inserirsi maggiormente nel mercato dei prestiti obbligazionari.	**
	Apertura sportello di consulenza alle imprese nel centro servizi di Faggiano.	
Comunicazione	Diffondere gli ideali cooperativistici.	**
	Favorire la diffusione della cultura dello Sviluppo sostenibile.	**

Legenda:

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

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

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

Responsabilità sociale d'impresa	
Linee strategiche della BCC di San Marzano di S. G.	Principali fatti * del 2006
Individuare canali di dialogo sempre più efficienti con tutti gli interlocutori e, in particolare, con le amministrazioni e le istituzioni locali, al fine di avviare iniziative condivise di sostegno al sistema economico-sociale del territorio.	<ul style="list-style-type: none"> • Seminario sul PIT 8 dell'Area Jonico-Salentina volto a creare sviluppo e innovazione nell'ambito dell'economia agricola . • Seminario di studio sul tema "investire in istruzione conviene, sia dal punto di vista economico che sociale". • Seminario sul tema inerente la destinazione del TFR "Che fine farà la pensione". • Accordo con il Comune di Taranto per il finanziamento di idee e di progetti presentati dai giovani. • Convenzione con INTERFIDI Consorzio di Garanzia Collettiva Fidi a sostegno delle imprese ioniche. • Acquisizione di una partecipazione in FININDUSTRIA, holding di partecipazione di Confindustria Taranto nelle PMI operanti in settori strategici di mercato nella provincia di Taranto.
Garantire una costante attenzione alle mutevoli esigenze dei principali attori della società civile: la famiglia, le donne, i giovani, gli studenti.	<ul style="list-style-type: none"> • Conto Rosa, un conto dalla parte delle donne che permette di accedere a finanziamenti agevolati per interventi estetici e di bellezza. • Un c@ppuccino per un PC" finanziamento agli studenti universitari per l'acquisto di un computer portatile.
Promuovere e partecipare ad iniziative volte ad alleviare situazioni di disagio sociale presenti sia sul territorio di riferimento che al di fuori dei confini nazionali.	<ul style="list-style-type: none"> • Adozioni a distanza di due bambini per il tramite dell'"Associazione Amici di Manaus Onlus".
Partecipazione ad iniziative di riqualificazione dei Comuni in cui è presente la Banca.	<ul style="list-style-type: none"> • Finanziamento per la realizzazione a Grottaglie della nuova piazza dedicata al Santo gesuita grottagliese San Francesco De Geronimo. • Installazione di uno sportello bancomat presso il ristrutturato aeroporto Arlotta di Grottaglie.

<p>Partecipare a progetti di alta formazione e ricerca di concerto con Università e centri di ricerca.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Convenzioni con l'Università di Lecce e l'Università Luigi Bocconi di Milano per tirocini di formazione svolti da laureandi. • Nel 2006 la Banca ha consolidato le basi per avviare concrete iniziative e collaborazioni con le Università che porteranno nel 2007 ad una serie di interventi di docenza presso l'Università di Taranto. • Finanziamento di un master (dal titolo "Banca & Impresa"). • Sponsorizzazione di un Master Universitario di Primo Livello in "Ingegneria della saldatura". • Convegno in collaborazione con la Prima Facoltà d'Economia di Bari, la Seconda Facoltà d'Economia di Taranto dal titolo: "Bilancio Sociale, l'Economia Condivisa".
<p>Sostenere il mondo della cultura, dell'arte, dello sport, dello spettacolo e delle tradizioni popolari.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mostra su <i>Ciro De Vincentis</i>, il neorealismo fotografico. • Organizzazione dello spettacolo teatrale <i>Blakgek</i> di Eugenio Benettazzo. • Sponsorizzazione della rassegna di arte, musica, letteratura, cinema e teatro "La settimana sbianca". • Concorso pittorico "Antichi sapori e colori di Puglia". • Concorso "Gran Galà delle Pittura" Città di San Marzano di San Giuseppe. • Presentazione del libro "Aldo Moro... l'iniqua ed ingrata sentenza della D.C." di Salvatore Savoia. • Conferenza "Pubblico e Privato nella gestione dei servizi". • Convegno nazionale dal titolo "Minori, famiglia, persona: quale giudice?". • Convegno dal titolo "La riforma del diritto fallimentare". • Seminario "Il mondo di e/studio, nuove opportunità per i professionisti – Basilea 2, da rischio a opportunità per i professionisti e le imprese".
<p>Contribuire proattivamente a diffondere la cultura del rispetto dell'ambiente e sostenere iniziative finalizzate alla valorizzazione e alla tutela ambientale.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Partecipazione al progetto locale "Agenda 21". • Convegno dal titolo: "Coltiviamo l'energia, nuove opportunità per l'agricoltura brindisina".

* I fatti sono meglio dettagliati nel paragrafo 3.7.1

A riprova del gradimento mostrato dal territorio e dalle istituzioni verso le iniziative intraprese dalla BCC di San Marzano di San Giuseppe a favore dello sviluppo socio - economico del territorio si possono portare a testimonianza i numerosi premi conferiti alla Banca nel corso del 2006, esplicitati nel box dedicato al paragrafo 3.7.1



Francavilla Fontana - Ingresso Palazzo Bottari

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 biennio, sia in valore assoluto che sotto forma di indici. I citati prospetti fanno riferimento al bilancio redatto secondo i principi contabili internazionali IAS/IFRS.

2.1.1 Financial Highlights

Per rappresentare la dimensione economica dell'attività della Banca si riportano le principali grandezze economico-patrimoniali dell'ultimo biennio.

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

Financial Highlights			
	2005	2006	Variazione
Totale attivo	194.441.205	229.518.300	18,04%
Impieghi finanziari complessivi (clientela e banche)	130.938.259	165.204.772	26,17%
Raccolta diretta della clientela	174.191.392	205.862.591	18,18%
Patrimonio netto	15.047.922	17.204.850	14,33%
Crediti verso clientela	102.276.814	120.779.498	18,09%
Margine di interesse	6.273.805	7.580.018	20,82%
Margine di intermediazione	7.774.944	9.246.410	18,93%
Ricavi netti da servizi	1.570.180	1.822.132	16,05%
Spese amministrative	5.748.897	6.756.905	17,53%
Risultato lordo della gestione	3.091.532	3.551.412	14,88%
Utile d'esercizio	1.799.343	2.238.308	24,40%

Nel 2006 i dati evidenziano una positiva crescita in tutti i comparti, confermando la capacità della Banca di realizzare programmi sostenibili di sviluppo di medio-lungo periodo.

Particolarmente significativo è il dato dell' utile d'esercizio che, nel 2006, ha registrato un incremento del 24,40% rispetto al precedente anno. L'utile conseguito e il suo costante incremento concorrono al consolidamento patrimoniale della Banca, nella misura del 97% dell'utile, destinato a riserva legale indivisibile e quindi al patrimonio.

2.1.2 Indici gestionali

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

A. Indici di efficienza del personale:

Crediti verso la Clientela / Numero medio dipendenti

Raccolta Diretta da Clientela / Numero medio dipendenti

Spese per il personale / Margine di intermediazione

Margine di intermediazione / Numero medio dipendenti

Utile lordo / Numero medio dipendenti

B. Indicatori patrimoniali e di solvibilità

Patrimonio netto / Crediti verso la Clientela

Patrimonio netto / Raccolta diretta da Clientela

TIER 1 ratio (Patrimonio di base / attività di rischio ponderate)

Total capital ratio (Patrimonio di vigilanza / Attività di rischio ponderate)

C. Indicatori di profilo reddituale e di efficienza

R.O.E. (Return On Equity)

R.O.A. (Return On Asset)

Commissioni nette / Margine d'intermediazione

Spese amministrative / Margine d'intermediazione

Margine di interesse / Margine di intermediazione

D. Indicatori di rischiosità del credito

Crediti netti in sofferenza / Crediti verso Clientela

Incagli / Crediti verso Clientela

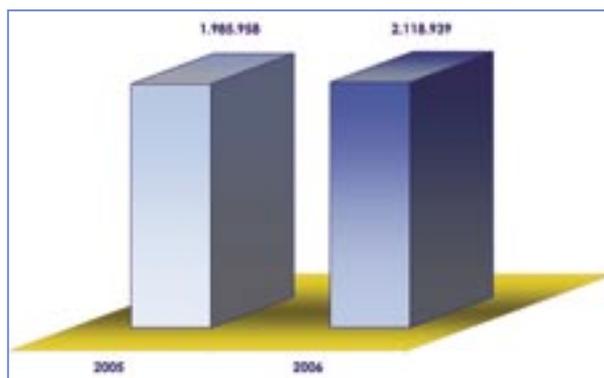
Crediti netti in sofferenza / Patrimonio netto

Dubbi esiti e svalutazioni / Sofferenze

A. Indicatori di efficienza del personale

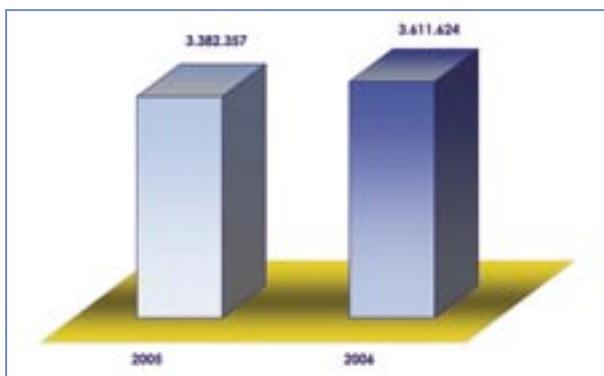
Crediti verso la clientela / Numero dipendenti			
Anno	Crediti verso la clientela	Numero medio dipendenti	Ratio
2005	102.276.814	52	1.985.958
2006	120.779.498	57	2.118.939

Crediti verso la clientela/Numero dipendenti



Raccolta diretta da clientela / Numero dipendenti			
Anno	Raccolta diretta da clientela	Numero medio dipendenti	Ratio
2005	174.191.392	52	3.382.357
2006	205.862.591	57	3.611.624

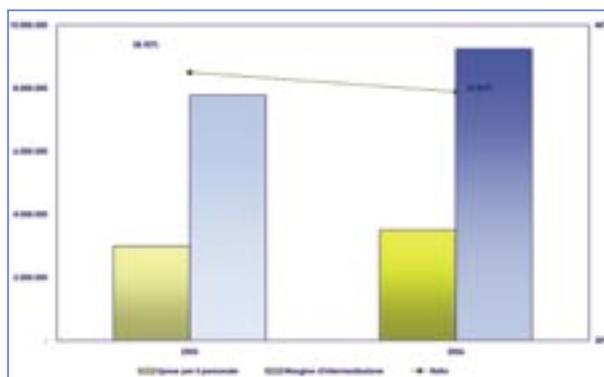
Raccolta diretta da clientela / Numero dipendenti



I due indici danno un'indicazione sulla produttività della banca. Più crescono maggiore è l'efficienza della banca, intesa come capacità di generare raccolta per addetto.

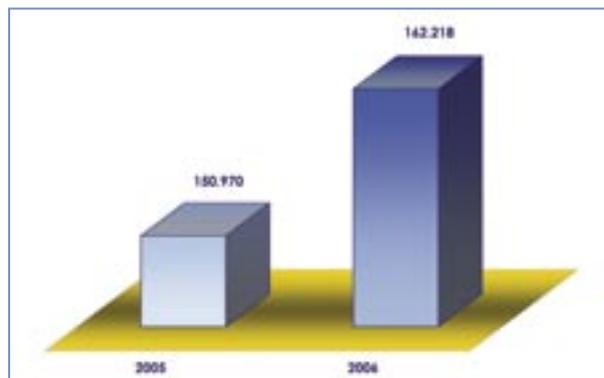
Spese per il personale / Margine d'intermediazione			
Anno	Spese per il personale	Margine d'intermediazione	Ratio
2005	2.993.540	7.774.944	38,50%
2006	3.503.334	9.246.410	37,89%

Spese per il personale / Margine d'intermediazione



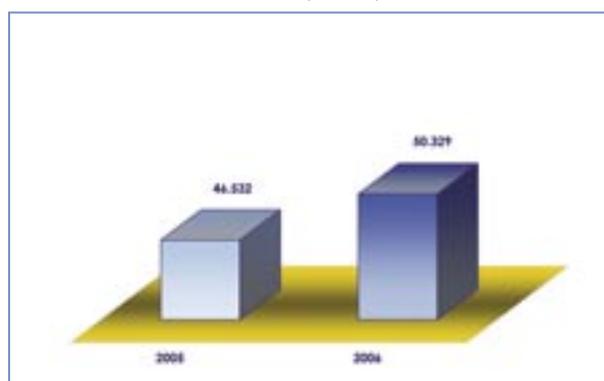
Margine d'intermediazione / Numero medio dipendenti			
Anno	Margine d'intermediazione	Numero medio dipendenti	Ratio
2005	7.774.944	52	150.970
2006	9.246.410	57	162.218

Margine d'intermediazione / N. medio dipendenti



Utile lordo / Numero medio dipendenti			
Anno	Utile lordo	Numero medio dipendenti	Ratio
2005	2.396.418	52	46.532
2006	2.868.740	57	50.329

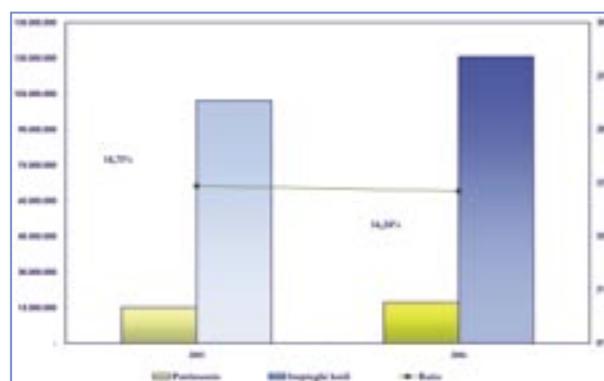
Risultato lordo per dipendente



B. Indicatori patrimoniali e di solvibilità

Patrimonio netto / Crediti verso la Clientela			
Anno	Patrimonio	Crediti verso Clientela	Ratio
2005	15.047.922	102.276.814	14,71%
2006	17.204.850	120.779.498	14,24%

Patrimonio netto / Impieghi al lordo svalutazioni

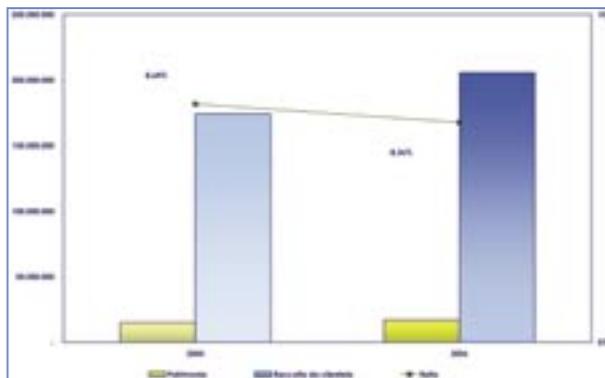


Indica la percentuale di crediti lordi verso la Clientela garantita dal capitale proprio.

Patrimonio netto / Raccolta da clientela

Anno	Patrimonio	Raccolta da clientela	Ratio
2005	15.047.922	174.191.392	8,64%
2006	17.204.850	205.862.591	8,36%

Patrimonio netto / Raccolta da clientela

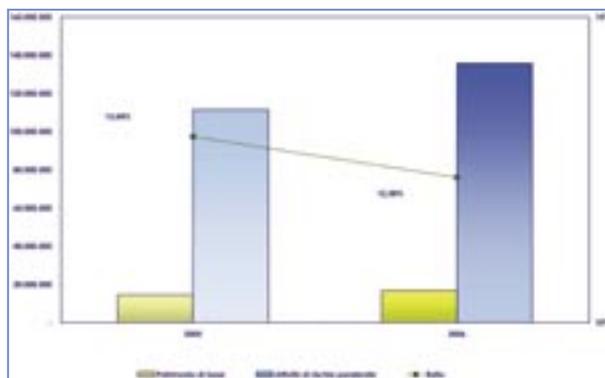


Esprime il livello di indipendenza patrimoniale da soggetti terzi, tanto più è alto, maggiore è l'indipendenza patrimoniale della banca.

TIER 1 ratio (Patrimonio di base / Attività di rischio ponderate)

Anno	Patrimonio di base	Attività di rischio ponderate	Ratio
2005	14.549.957	111.542.249	13,04%
2006	16.820.146	135.895.767	12,38%

Patrimonio netto / Raccolta da clientela

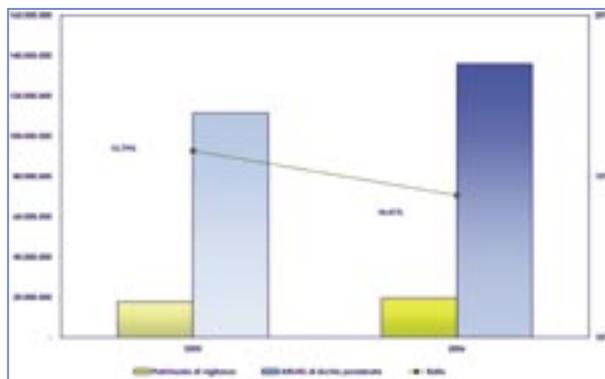


Rappresenta il patrimonio di base che risulta costituito dal capitale versato e dalle riserve previa deduzione delle azioni proprie possedute, dell'avviamento, delle immobilizzazioni immateriali, delle perdite registrate negli esercizi precedenti e in quello in corso.

Total capital ratio (Patrimonio di vigilanza / Attività di rischio ponderate)

Anno	Patrimonio di vigilanza	Attività di rischio ponderate	Ratio
2005	17.617.957	111.542.249	15,79%
2006	19.586.771	135.895.767	14,41%

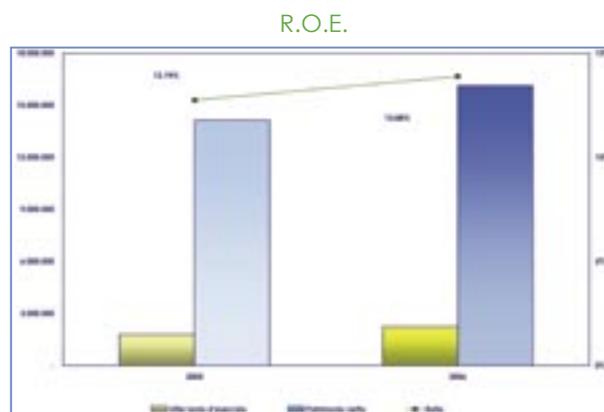
Patrimonio netto / Raccolta da clientela



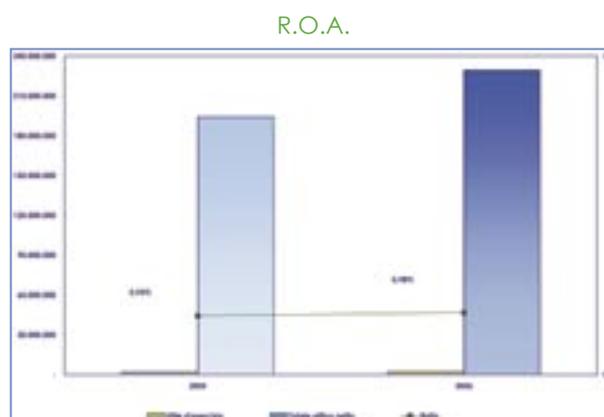
Il total capital ratio esprime la capacità della Banca di coprire le eventuali perdite subite a causa dell'inadempienza dei creditori. L'Autorità di Vigilanza ha imposto che il rapporto tra Patrimonio di Vigilanza e Totale attività ponderate di rischio non debba essere inferiore al limite dell'8%.

D. Indicatori di profilo reddituale

R.O.E.			
Anno	Utile d'esercizio	Patrimonio netto medio	Ratio
2005	1.799.343	14.122.057	12,74%
2006	2.238.308	16.126.386	13,88%



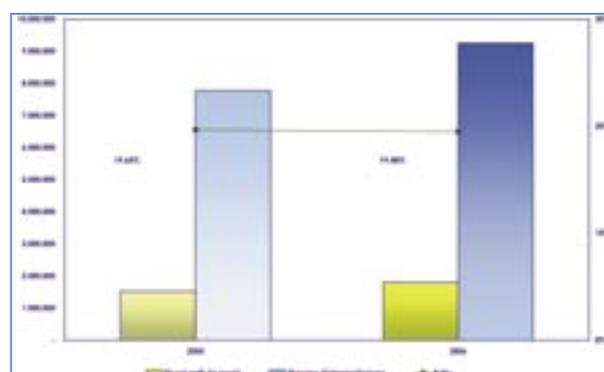
R.O.A.			
Anno	Utile d'esercizio	Totale attivo netto	Ratio
2005	1.799.343	194.441.205	0,93%
2006	2.238.308	229.518.300	0,98%



Il ROE misura il ritorno in termini di utile del capitale proprio investito nella banca; il ROA misura la capacità di redditività della banca, in relazione al totale dell'attività di bilancio. Nel 2005 la Banca, per far fronte alla crescita delle proprie attività, ha fatto ricorso al prestito subordinato. Il prestito subordinato rientra nel Patrimonio di Vigilanza sotto forma di Patrimonio supplementare ed è soggetto a procedura di ammortamento nei cinque anni successivi all'emissione.

Commissioni nette/Margine d'intermediazione			
Anno	Commissioni nette	Margine d'intermediazione	Ratio
2005	1.527.921	7.774.944	19,65%
2006	1.801.502	9.246.410	19,48%

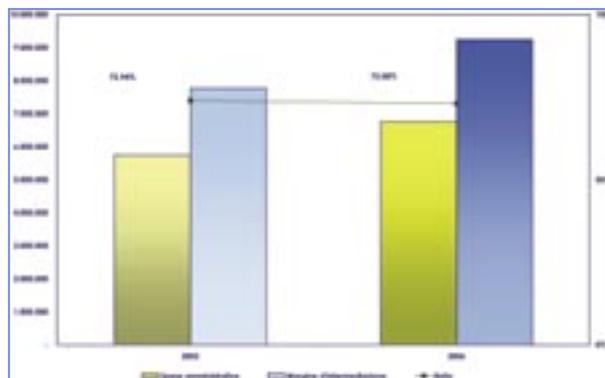
Commissioni nette / Margine d'intermediazione



Indica la quota del margine di intermediazione generata dalle commissioni nette.

Spese Amministrative/Margine d'intermediazione (Cost income ratio)			
Anno	Spese amministrative	Margine d'intermediazione	Ratio
2005	5.748.897	7.774.944	73,94%
2006	6.756.905	9.246.410	73,08%

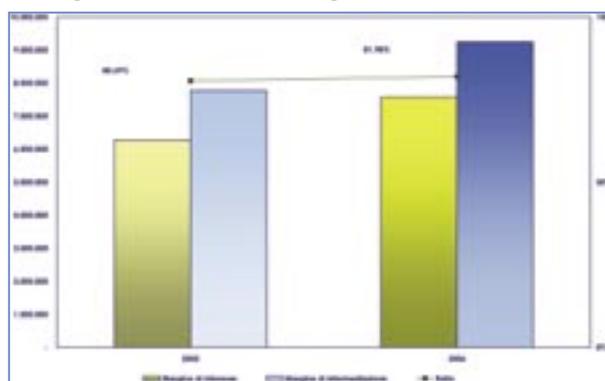
Spese Amministrativa / Margine d'interesse



L'indice misura la quota del margine d'intermediazione della banca assorbita dai costi di funzionamento.

Margine di interesse / Margine di intermediazione			
Anno	Margine di interesse	Margine d'intermediazione	Ratio
2005	6.273.805	7.774.944	80,69%
2006	7.580.018	9.246.410	81,98%

Margine di interesse / Margine di intermediazione

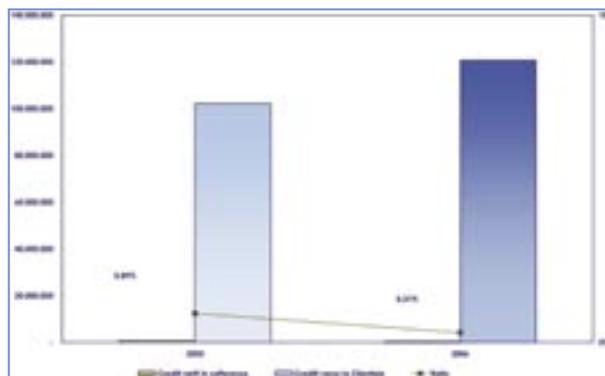


L'indice evidenzia il contributo dell'attività di intermediazione creditizia rispetto alle altre attività. Tanto maggiore è l'indice, maggiore è la rilevanza dell'attività di credito rispetto all'attività di prestazione di servizi.

D. Indicatori di rischiosità del credito

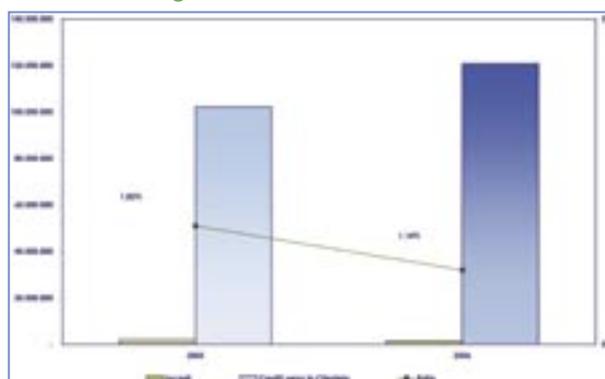
Sofferenze nette / Crediti verso Clientela			
Anno	Crediti netti in sofferenza	Crediti verso la Clientela	Ratio
2005	908.000	102.276.814	0,89%
2006	369.000	120.779.498	0,31%

Sofferenze nette / Crediti verso la Clientela



Incagli / Crediti verso Clientela			
Anno	Incagli	Crediti verso la Clientela	Ratio
2005	1.861.000	102.276.814	1,82%
2006	1.379.000	120.779.498	1,14%

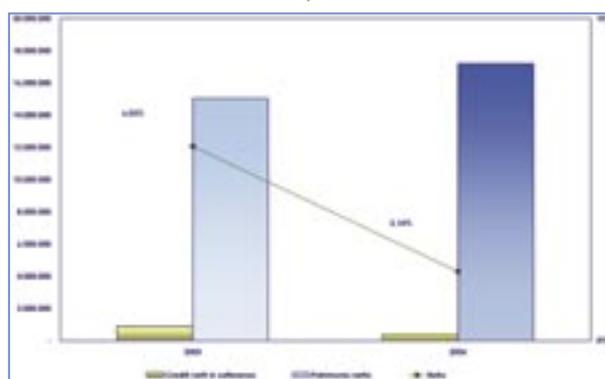
Incagli / Crediti verso la Clientela



I due indicatori misurano la rilevanza delle due tipologie di crediti di dubbia recuperabilità sul totale dei crediti.

Sofferenze nette / Patrimonio netto			
Anno	Crediti netti in sofferenza	Patrimonio netto	Ratio
2005	908.000	15.047.922	6,03%
2006	369.000	17.204.850	2,14%

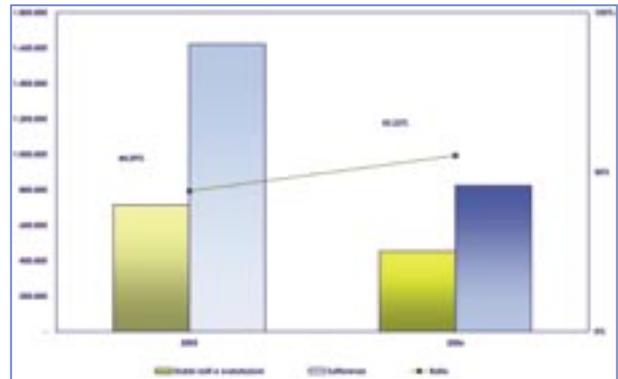
Sofferenze nette / Patrimonio Netto



Si tratta di un altro indicatore di rischio di credito che misura il peso delle sofferenze sul totale del patrimonio. Minore è l'indicatore, minore è il rischio di credito.

Dubbi esiti e svalutazioni / Sofferenze			
Anno	Dubbi esiti e svalutazioni	Sofferenze	Ratio
2005	716.000	1.624.000	44,09%
2006	455.000	824.000	55,22%

Dubbi esiti e svalutazioni / Sofferenze



L'indicatore esprime la quota di crediti in sofferenza che si potrebbero trasformare in perdita



Francavilla Fontana - Soffitto Chiesa di Sant'Alfonso, detta Chiesa d'Oro

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 secondo i principi contabili internazionali (IAS/IFRS), nel rispetto delle norme civilistiche e verificato dagli organi di controllo.

Prospetto di determinazione del valore aggiunto globale (ABI)		
	2005	2006
A. RICAVI		
Interessi attivi e proventi assimilati	8.454.241	10.520.329
Commissioni attive	1.903.116	2.239.023
Dividendi e proventi simili	42.259	20.630
Risultato netto dell'attività di negoziazione	-67.460	-290.724
Utili (perdite) da cessione o riacquisto di:	-	135.816
- a) crediti	-	135.816
Risultato netto delle attività e passività finanziarie valutate al fair value	-1.581	-832
Altri proventi/oneri di gestione	1.065.731	1.197.492
Utili (Perdite) delle partecipazioni	-	-
A. TOTALE RICAVI NETTI	11.396.306	13.821.734
B. CONSUMI		
Interessi passivi e oneri assimilati	-2.180.436	-2.940.311
Commissioni passive	-375.195	-437.521
Altre spese amministrative (1)	-2.262.595	-2.698.949
Rettifiche/riprese di valore nette per deterioramento di:	-352.828	-390.105
a) crediti	-378.651	-390.105
b) attività disponibili per la vendita	25.823	-
Rettifiche/riprese di valore nette su attività materiali (esclusi ammortamenti)	-	-
Rettifiche/riprese di valore nette su attività immateriali (esclusi ammortamenti)	-	-
B. TOTALE CONSUMI	-5.171.054	-6.466.886
C. VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO		
	6.225.252	7.354.848
Utili (Perdita) da cessione di investimenti	-	-65.740
D. VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	6.225.252	7.289.108
Ammortamenti	-342.532	-362.412
E. VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	5.882.720	6.926.696
Spese per il personale	-2.993.540	-3.503.334
- costo lavoratori subordinati	-2.776.140	-3.256.334
- costo altre collaborazioni	-162.900	-191.000
- costo Amministratori	-54.500	-56.000
Altre spese amministrative: Elargizioni e liberalità	-19.449	-35.247
Altre spese amministrative: Imposte indirette e tasse	-473.313	-519.376
	2.396.418	2.868.740
F. RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE		
Imposte sul reddito d'esercizio	-597.075	-630.432
G. RISULTATO DI ESERCIZIO	1.799.343	2.238.308

(1) Al netto di elargizioni e liberalità, imposte e tasse indirette.

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

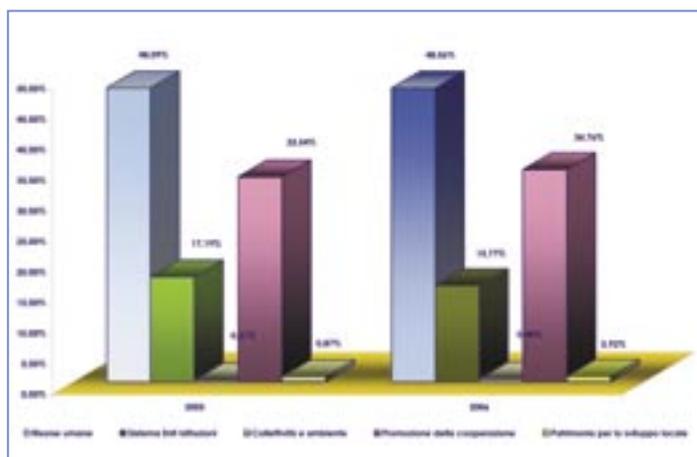
Prospetto di riparto del valore aggiunto globale lordo e della sua distribuzione

	2005	2006	Quota di valore aggiunto
A. RICAVI	11.396.306	13.821.734	
B. CONSUMI	-5.171.054	-6.466.886	
D. VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	6.255.252	7.289.108	
Ripartito tra:			
1. SOCI - Dividendi distribuiti a soci			
2. RISORSE UMANE	2.993.540	3.503.334	48.06%
Spese per il personale:			
- costo lavoratori subordinati: spese del personale per contratti a tempo indeterminato e determinato	2.776.140	3.256.334	
- costo altre collaborazioni	217.400	247.000	
3. SISTEMA ENTI / ISTITUZIONI (AMMINISTRAZIONE CENTRALE E PERIFERICHE)	1.070.388	1.149.808	15.77%
Imposte indirette e tasse	473.313	519.376	
Imposte sul reddito dell'esercizio di cui:	597.075	630.432	
Imposte versate allo Stato			
- IRES	285.422	374.141	
- altre imposte e tasse	526.384	488.041	
Imposte versate alla regione Puglia			
- IRAP	234.632	265.100	
Imposte versate ai comuni			
- ICI, Tassa sui rifiuti e altre imposte comunali	23.500	22.252	
4. COLLETTIVITA' E AMBIENTE	19.449	35.247	
Elargizioni e liberalità	19.449	35.247	0.48%
Interventi di utilità sociale attuati mediante Fondazione			
5. SISTEMA IMPRESA	2.087.895	2.533.571	34.76%
Riserve non distribuite e Variazione del Fondo Rischi bancari generali	1.745.363	2.171.571	
Ammortamenti	342.532	362.159	
6. PATRIMONIO DELLA COOPERAZIONE	53.980	67.149	0.92%
Fondo mutualistico per lo sviluppo della cooperazione	53.980	67.149	
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	6.225.252	-7.289.108	

I dati dell'esercizio 2006 evidenziano che:

- il 48,06% del valore aggiunto è attribuito al **personale dipendente, a contratti di lavoro atipici (interinale e lavoro a progetto)** (salari e stipendi 2.349 mila euro, oneri sociali 557 mila euro, TFR 62 mila euro, Fondo di previdenza di categoria 146 mila euro ed altre spese 142 mila euro, in quest'ultima voce sono compresi buoni pasto, cassa mutua, rimborsi spese e assicurazioni) e **non dipendente** (compensi ad Amministratori per 56 mila euro e compensi per altre collaborazioni, lavoratori interinali e tirocinanti per formazione lavoro, per 191 mila euro);
- il 34,76% (2.534 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 15,77% (1.150 mila euro) è attribuito al **sistema Enti e Istituzioni** sotto forma di imposte e tasse;

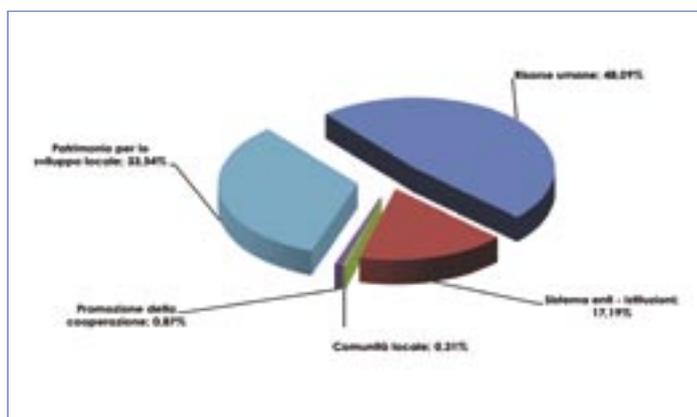
Distribuzione del valore aggiunto globale lordo



• lo 0,48% (35 mila euro) è assegnato alla **comunità locale** per finalità filantropiche sotto forma di liberalità esterne ed altre iniziative a scopo socio-culturale;

• lo 0,92% (67 mila euro) è attribuito al **sistema cooperativo** per la promozione dello stesso.

Distribuzione del valore aggiunto globale lordo nel 2006



A chiusura dell'esercizio 2006 il Valore aggiunto globale lordo ha fatto registrare un incremento del 17,09% rispetto all'anno precedente per un totale di 7.289 mila euro.



Momento della preparazione della torta in occasione della Festa del Cinquantenario

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, attraverso l'incremento delle conoscenze.

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 hanno privilegiato: l'età (under 30); titolo di studio; appartenenza al territorio di operatività; eventuali precedenti positive esperienze lavorative in Banca (come interinali / contratti a tempo determinato); oltre alle attitudini professionali. Questa ricerca esterna non prescinde dal considerare le legittime aspirazioni di crescita professionale del personale già in organico.

Nel 2006 sono stati assunti 12 impiegati per potenziare l'organico delle filiali di nuova apertura e degli uffici centrali, cui si sono aggiunti 3 contratti di Lavoro a Progetto.

Assunzioni			
	2004	2005	2006
Numero Curricula	326	443	506
Numero Assunzioni	7	6	12

Tipologia dei contratti di assunzione			
	2004	2005	2006
Numero Contratti di apprendistato	-	-	1
Numero Contratti di inserimento	-	-	2
Numero Contratti di formazione lavoro	2	1	-
Numero Contratti a tempo determinato	5	3	5
Numero Contratti a tempo indeterminato	-	2	4
Totale	7	6	12

3.1.3 Composizione del personale

Il personale dipendente in servizio alla data del 31 dicembre 2006 è pari a 61 unità (8 unità in più rispetto all'anno precedente).

L'età media del personale è di 38,56 anni (38,09 nel 2005)

Lavoratori a progetto

Al personale dipendente si aggiungono 3 lavoratori a progetto al 31 dicembre 2006.

Lavoratori interinali

Nel 2006 sono stati sottoscritti 4 contratti (3 nel 2005) ex Legge n.196/97 (lavoro interinale) per soddisfare esigenze di carattere transitorio, legate prevalentemente al potenziamento del front-office nelle filiali. I lavoratori interinali hanno coperto nell'anno 2006 complessivamente 1.504 ore di lavoro.

Promotori finanziari

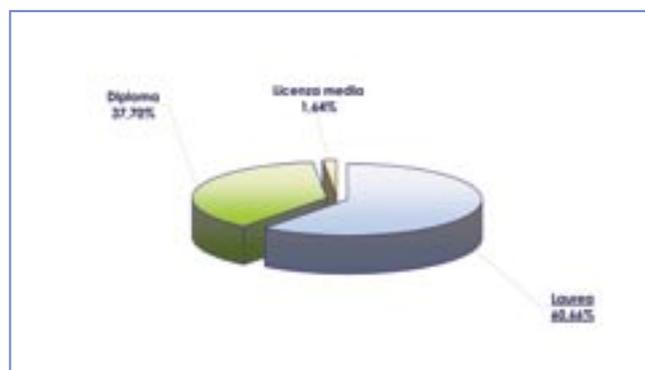
Nel 2006 la Banca si è avvalsa della collaborazione di 3 promotori finanziari monomandatari con un rapporto di lavoro autonomo.

Suddivisione del personale per fascia d'età

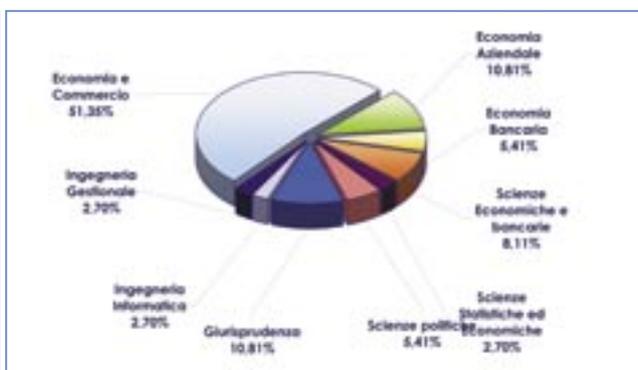
Fascia d'età	2004		2005		2006	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
< 30	5	3	3	3	3	1
30-35	8	6	8	5	13	6
36-40	13	3	12	6	11	6
41-45	3	1	6	1	10	2
46-50	3	1	4	1	3	1
oltre 50	4	-	4	-	5	-
Totale (al 31 dicembre)	36	14	37	16	45	16

Il 60,66% (56,60% nel 2005) del totale del personale dipendente è laureato (prevalentemente in discipline economiche 83,79%).

Titolo di studio del dipendente al 31 dicembre 2006



Disciplina di Laurea



Anno 2006

Titolo di studio	Dirigenti		Quadri direttivi		Impiegati		Commessi/ausiliari		Totali	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Laurea	2	-	5	-	19	11	-	-	26	11
Diploma	-	-	3	1	13	4	2	-	18	5
Licenza media	-	-	-	-	1	-	-	-	1	0
Totale (al 31 dicembre)	2	-	8	1	33	15	2	-	45	16

La suddivisione del personale per inquadramento è la seguente:

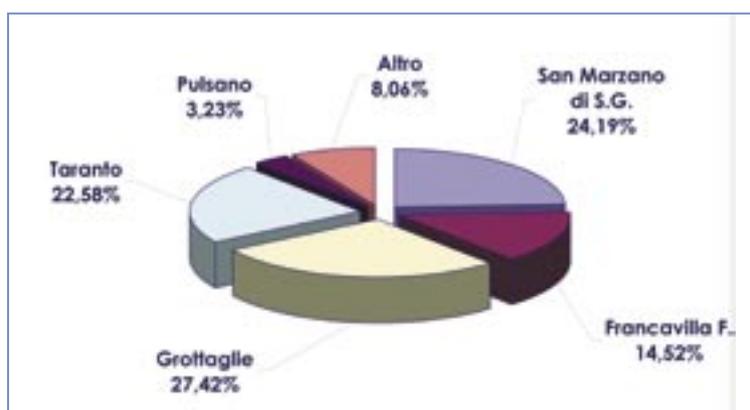
Suddivisione del personale per inquadramento				
Qualifica		2004	2005	2006
Dirigenti	Uomini	1	1	2
	Donne	-	-	-
Quadri Direttivi	Uomini	7	8	8
	Donne	1	1	1
Impiegati	Uomini	26	27	33
	Donne	13	15	15
Commessi / Ausiliari	Uomini	2	1	2
	Donne	-	-	-
Totale (al 31 dicembre)		50	53	61

La suddivisione per anzianità di servizio è la seguente:

Suddivisione del personale per anzianità di servizio 2006									
Periodo di servizio	Dirigenti		Quadri direttivi		Impiegati		Commessi/ausiliari		Totale
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	
< 5 anni	-	-	4	-	19	10	2	-	35
6-10 anni	1	-	4	-	8	4	-	-	17
11-15 anni	1	-	-	-	4	-	-	-	5
16-20 anni	-	-	-	-	-	1	-	-	1
20-25 anni	-	-	-	-	2	-	-	-	2
oltre 25	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Totale (al 31 dicembre)	2	0	8	1	33	15	2	0	61

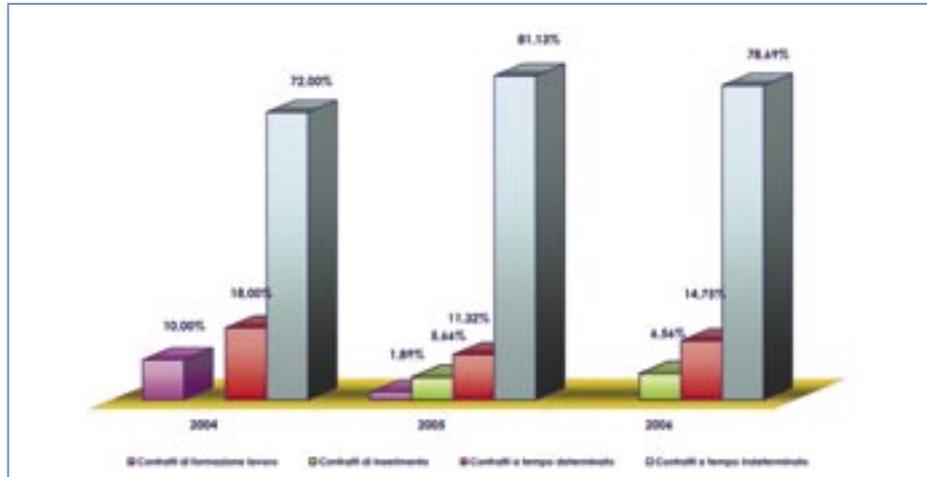
Come si evince dal grafico seguente, il personale è espressione del territorio di competenza, infatti risiede esclusivamente nelle province di Taranto e Brindisi.

Comuni di residenza dei dipendenti nel 2006



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

Confronto segmentazione dipendenti



3.1.4 Turnover

Al 31 dicembre 2006 il numero dei dipendenti è pari a 61 unità, tutti di nazionalità italiana, 8 in più rispetto all'anno precedente. In particolare, a fronte di 12 persone assunte nel 2006, si registra l'uscita di 4 persone, per scadenza del contratto di lavoro a tempo determinato.



Direzione Generale



Filiale di San Marzano

Segmentazione assunzioni 2006							
Qualifica		Tipo contratto		Donne / Uomini		Età	
Commessi	8%	Inserimento	17%	Donne	17%	fino 30 anni	25%
Impiegati	84%	Determinato	17%	Uomini	83%	da 31 a 35	42%
Quadri	8%	Indeterminato	67%			da 35 a 42	33%

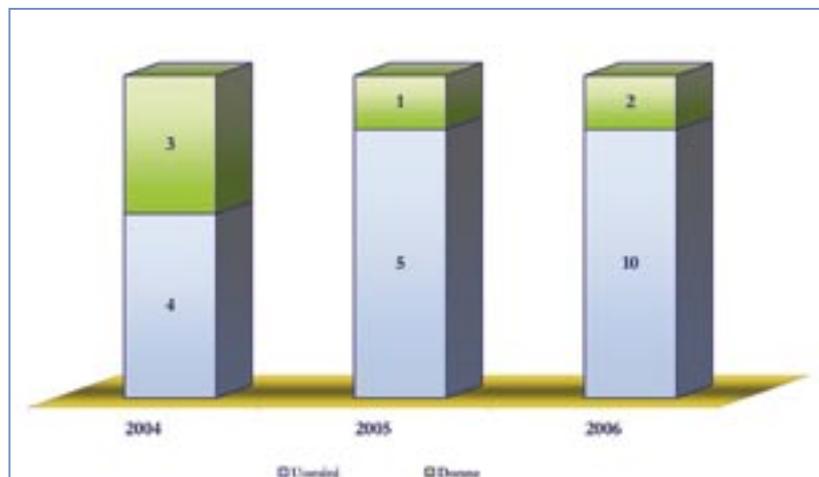
3.1.5 Politiche di pari opportunità

Nel 2006 la percentuale di presenza femminile è diminuita, passando al 26,23% dal 30,18% del 2005.

Nel 2006 il 16,67% delle assunzioni ha interessato le donne.

La percentuale delle donne in posizione apicale (quadro / dirigente) è pari al 9,09% (10% nel 2005).

Assunzioni



3.1.6 Comunicazione interna

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

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

Nel 2006 la maggior parte della comunicazione interna è transitata attraverso i canali telematici "Intranet" e della posta elettronica, il personale viene informato in tempo reale in merito alle circolari operative, agli ordini di servizio e alle informazioni riguardanti la vita aziendale. Inoltre, nel corso dell'anno, è stato introdotto un indirizzo intranet in cui sono archiviate tutte le informazioni utili all'esercizio del lavoro di ogni dipendente. Informazioni che spaziano dai regolamenti interni, alle convenzioni, alla normativa Banca d'Italia, fino ad arrivare alla manualistica operativa e alla rassegna stampa.

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.

Almeno una volta l'anno è organizzata l'assemblea di tutto il personale. Durante l'incontro svoltosi nel 2006, presso la sala assemblee di San Marzano, la Direzione ha portato a conoscenza i partecipanti circa gli obiettivi, i progetti e gli sviluppi programmati dalla Banca, dando vita ad un dibattito costruttivo.

Inoltre, il personale dipendente si impegna alla redazione del periodico aziendale "Sportello Aperto", positiva espressione del generale coinvolgimento verso una partecipazione condivisa e comunicata della vita aziendale.



Filiale di Francavilla Fontana

3.1.7 Relazioni sindacali

Il rapporto lavorativo con i dipendenti della Banca è regolato dal Contratto Collettivo Nazionale delle Banche di Credito Cooperativo, scaduto il 31 dicembre 2005 e attualmente in fase di rinnovo.

Presso la BCC di San Marzano di S.G. il tasso di sindacalizzazione nel 2006 si è attestato al 47,54% (contro il 45,28% del 2005), al di sotto dei livelli medi di settore in ambito locale.

3.1.8 Conflittualità sindacale

Nel 2006 non si è registrata alcuna giornata di assenza per sciopero, mentre i permessi sindacali sono stati concessi per garantire la partecipazione dei rappresentanti sindacali dell'azienda al Consiglio Direttivo Regionale.



Filiale di Grottaglie

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.

Ore di assenza per motivi sindacali			
	2004	2005	2006
Sciopero	-	-	-
Permessi sindacali	12,5	14,5	30
Totale (al 31 dicembre)	12,5	14,5	30

I dipendenti della Banca (quadri e impiegati), nell'anno 2006, hanno partecipato complessivamente a 295 ore di formazione in aula, di cui 272 ore previste dal programma formativo pianificato in accordo con la Federazione delle BCC di Puglia e Basilicata e 23 ore presso la Scuola di Direzione Aziendale dell'Università Bocconi di Milano.

Nel 2006 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.

Ore di formazione presso enti esterni per qualifica professionale				
Qualifica		2004	2005	2006
Dirigenti	Numero partecipazioni	-	-	5
	Numero ore	-	-	40
Quadri Direttivi	Numero partecipazioni	5	6	5
	Numero ore	56	144	40
Impiegati	Numero partecipazioni	16	13	25
	Numero ore	272	248	215
Totale (al 31 dicembre)	Numero partecipazioni	21	19	35
	Numero ore	328	392	295

Tipologia di formazione (in ore)			
	2004	2005	2006
Base	56	-	-
Manageriale	24	112	23
Specialistica	248	280	272
Totale (al 31 dicembre)	328	392	295

Il numero di ore di formazione manageriale relativo al 2005 risulta maggiore di quello degli anni 2006 e 2004 in virtù delle numerose iniziative di formazione sviluppate nel 2005 a fronte delle novità normative introdotte negli ultimi anni (IAS, BASILEA 2, MIFID).

Attività formativa svolta all'interno della Banca

Nel 2006 sono proseguiti i corsi sulla gestione del rischio di credito e per operatori di filiale per un totale di 2.340 ore, organizzati presso la sede centrale e rivolti agli addetti fidi centrali e di filiale e agli operatori di sportello.

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 2006, gli aspetti che sono stati presi in considerazione nelle decisioni riguardanti gli avanzamenti di carriera e le incentivazioni al personale sono stati, essenzialmente, il miglioramento della professionalità, della capacità di operare in team, della sensibilità commerciale, dell'orientamento al cliente, della responsabilità.

Gli avanzamenti di carriera hanno riguardato nel 2006 complessivamente 8 persone (6 nel 2005).

Inquadramento di provenienza				
	Impiegato 3° area prof. 1° livello retrib.	Impiegato 3° area prof. 2° livello retrib.	Impiegato 3° area prof. 3° livello retrib.	Dirigente
Impiegato 2° area prof. 2° livello retrib.	3	-	-	-
Impiegato 2° area prof. 1° livello retrib.	-	3	-	-
Impiegato 3° area prof. 2° livello retrib.	-	-	1	-
Quadro direttivo 4° livello	-	-	-	1



Filiale di Taranto Camera di Commercio

3.1.11 Sistemi di remunerazione e lavoro straordinario

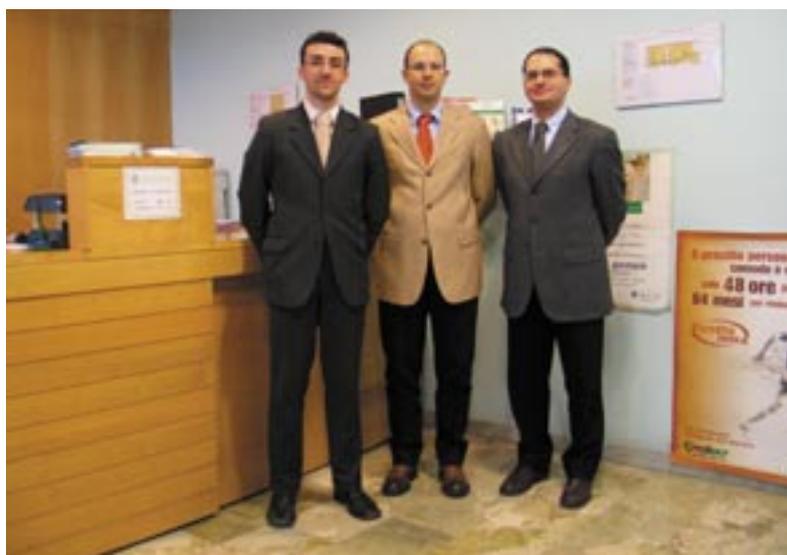
Accanto alla retribuzione prevista dal CCNL, l'Azienda ha perfezionato, nel corso degli anni, un sistema di incentivazione del personale di filiale, basato su tre distinte aree di obiettivi a budget:

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

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

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

Retribuzione del personale (in migliaia di euro)			
Spese per il personale	2004	2005	2006
Salari e stipendi	1.899	1.991	2.349
Oneri sociali	428	496	557
Trattamento di fine rapporto	65	76	62
Trattamento di quiescenza e simili	103	118	146
Altre spese per il personale	115	133	142
Totale (al 31 dicembre)	2.610	2.814	3.256



Filiale di Faggiano

Nel 2006 l'utilizzo di lavoro straordinario è aumentato del 19,33% rispetto all'anno precedente. L'incremento è dovuto al maggior impegno profuso dai dipendenti per raggiungere gli obiettivi prefissati.



Filiale di Leporano

Lavoro straordinario per qualifica professionale (dati in ore)

Qualifica		2004	2005	2006
Impiegati	Uomini	252	412	489
	Donne	116	183	221
Commessi / Ausiliari	Uomini	38	-	-
	Donne	-	-	-
Totale		406	595	710



Filiale di Taranto

3.1.12 Mutualità verso i dipendenti

A favore del personale della BCC di San Marzano di S.G. esistono due forme di mutualità: il Fondo Pensione Nazionale e la Cassa Mutua Nazionale.

L'obiettivo della prima, fondata nel 1987, è quello di garantire agli aderenti una prestazione pensionistica integrativa, ad essa contribuiscono i dipendenti nella misura del 2% e la Banca per il 4% della retribuzione.

La Cassa Mutua Nazionale dal 1987 garantisce ai dipendenti del Credito Cooperativo e ai familiari prestazioni sanitarie ad integrazione o in sostituzione di quelle offerte dal Servizio Sanitario Nazionale.

3.1.13 Sicurezza e salute sul luogo del lavoro

Nel 2006 è proseguita l'attività svolta dal costituito Ufficio Tecnico volta al miglioramento degli ambienti di lavoro, i principali interventi hanno riguardato:

- la sostituzione totale dei vecchi monitor a tubo catodico con più moderni e funzionali a cristalli liquidi;
- la sostituzione dell'arredo della sede centrale con mobili specifici che hanno reso più funzionali e razionali gli uffici esistenti, in conformità alle vigenti disposizioni di legge;
- l'adeguamento degli impianti di condizionamento per garantire il corretto ricambio d'aria.

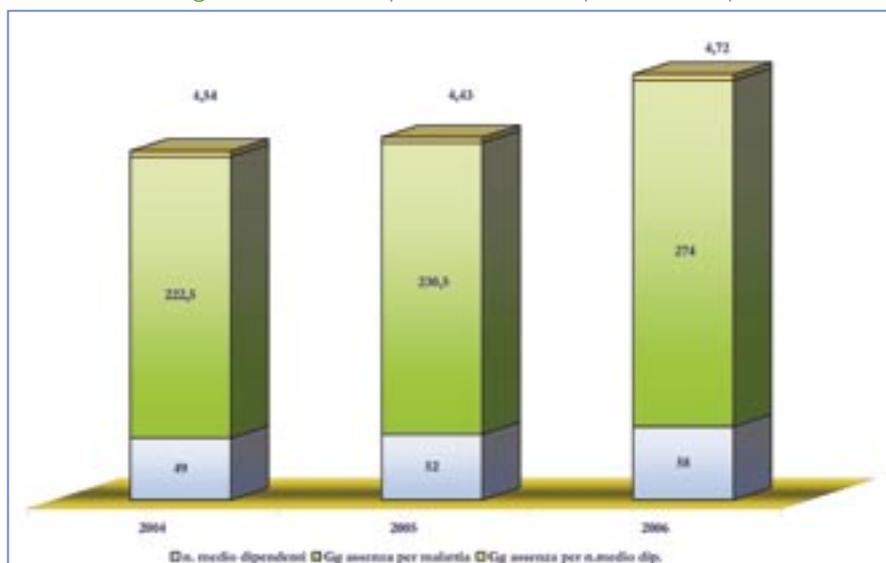
Particolare interesse, inoltre, è stato rivolto alla salvaguardia dei collaboratori ed ovviamente dei clienti da possibili atti criminosi. A tal fine è continuato nel 2006 l'adeguamento degli impianti e delle strutture con i più moderni strumenti antirapina.

Alcune casse delle Filiali sono state dotate di una cassaforte temporizzata in grado di effettuare in automatico le operazioni di prelievo e versamento, evitando l'inconveniente del contante detenuto dal cassiere e pertanto più facilmente esposto a eventuali rapine. Grazie a questi provvedimenti la rapina subita a luglio 2006 si è conclusa con conseguenze materiali e fisiche minime.

Nel 2006 non si è verificata alcuna assenza del personale dipendente per infortunio sul posto di lavoro.

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





Filiale di Villa Castello

3.1.14 Aggregazione del personale

La Banca e i dipendenti, anche nel 2006, hanno continuato a promuovere iniziative, con il consapevole scopo di far crescere lo spirito di aggregazione.

Ricordiamo tutte le attività poste in essere per la celebrazione del cinquantenario dalla fondazione della Banca, tra cui: la festa con tutta la cittadinanza di San Marzano di San Giuseppe, durante la quale è stata preparata una "mega torta" di 14 metri di lunghezza; il torneo di calcetto tra le BCC del centro-sud, l'Albero di Natale in Banca preparato dai bambini figli dei dipendenti e il Precetto natalizio

3.1.15 Contenzioso e litigiosità

Anche nel 2006 non si sono registrati casi di contenzioso con il personale.



Torneo di calcetto - Squadra BCC San Marzano



Un momento di gioco



Premiazione BCC di Scafati vincitrice del torneo di calcetto



Torta per il 50° anno dell BCC di San Marzano di S.G.



Albero di Natale in Banca



Albero di Natale in Banca – allestito dai bambini dei dipendenti



Grottaglie - Chiesa Matrice

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

3.2.1 Obiettivi



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

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

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

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

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



Nel 2006 la BCC di San Marzano di S.G. ha avviato i primi contatti per la richiesta dell'assegnazione di un rating da parte della Standard & Poor's, primaria Società Internazionale di valutazione e analisi finanziaria.

La misura del rating, assegnata da un soggetto indipendente, costituisce l'indice dell'attrattività di una banca, ovvero dell'affidabilità della banca quale soggetto destinatario di un investimento.

La BCC di San Marzano di S.G. è la prima banca del Sud Italia ad aver richiesto il rating alla Standard & Poor's.

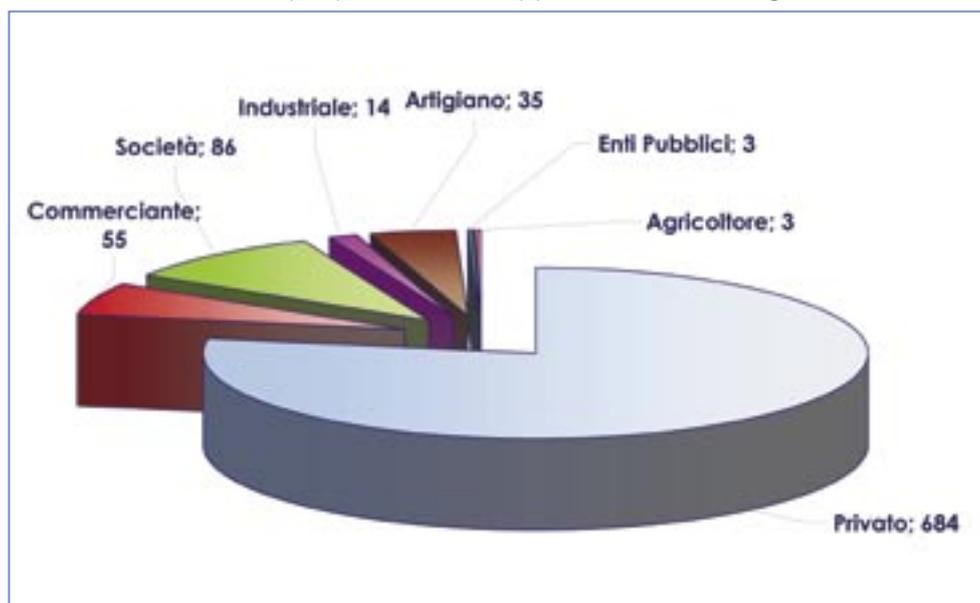
La Banca ha tra i propri obiettivi quello di promuovere il miglioramento dei soci, attraverso la diffusione dei valori morali, la divulgazione della cultura e della conoscenza (organizzazione di incontri su tematiche generali o specifiche) e l'assegnazione di vantaggi di natura economica.

A tal proposito i vantaggi di cui beneficiano i soci sono, sia di natura bancaria che metabancaria. Non tutti sono, per questo ragione, facilmente monetizzabili, anche se caratterizzati da una notevole valenza economica (si pensi all'accesso al credito e agli altri servizi connessi alla cultura e alla formazione).

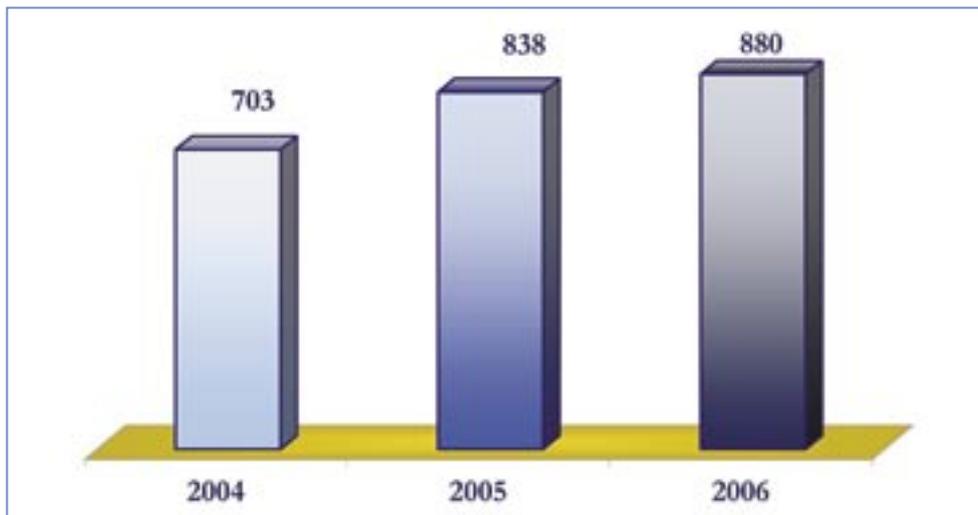
3.2.2 Segmentazione dei soci per categorie

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

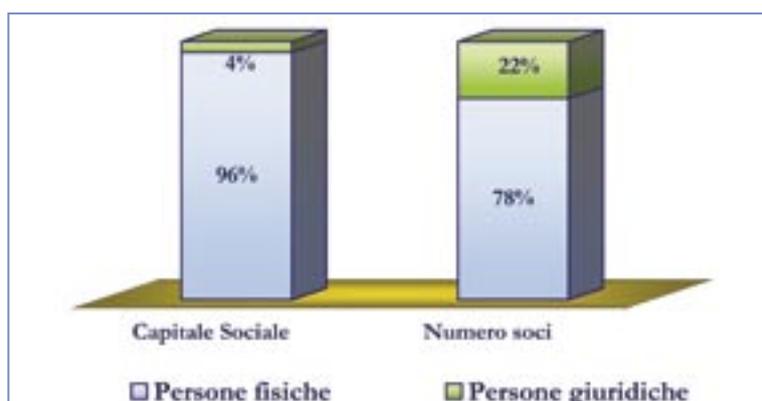


Nel 2006 il numero dei soci è cresciuto di 42 unità (+5,01%) rispetto all'anno precedente.

3.2.3 Composizione percentuale dei soci e del capitale sociale

La composizione percentuale dei soci e del capitale sociale non ha subito variazioni rispetto all'anno precedente. In termini assoluti sono entrati a far parte della compagine sociale 30 persone fisiche e 15 persone giuridiche.

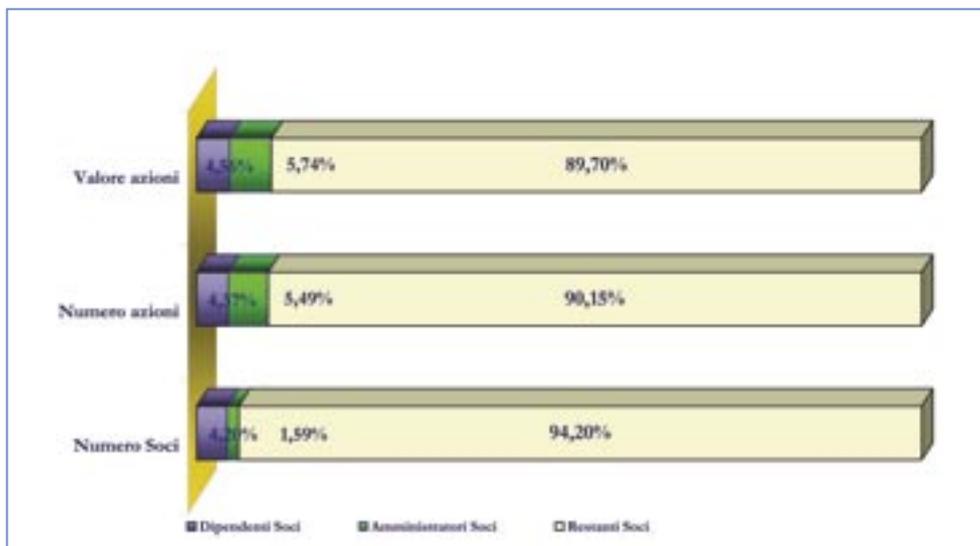
Segmentazione dei soci e del capitale sociale per natura giuridica



I **soci - dipendenti della Banca** detengono complessivamente 656 azioni, pari al 4,56% del capitale sociale.

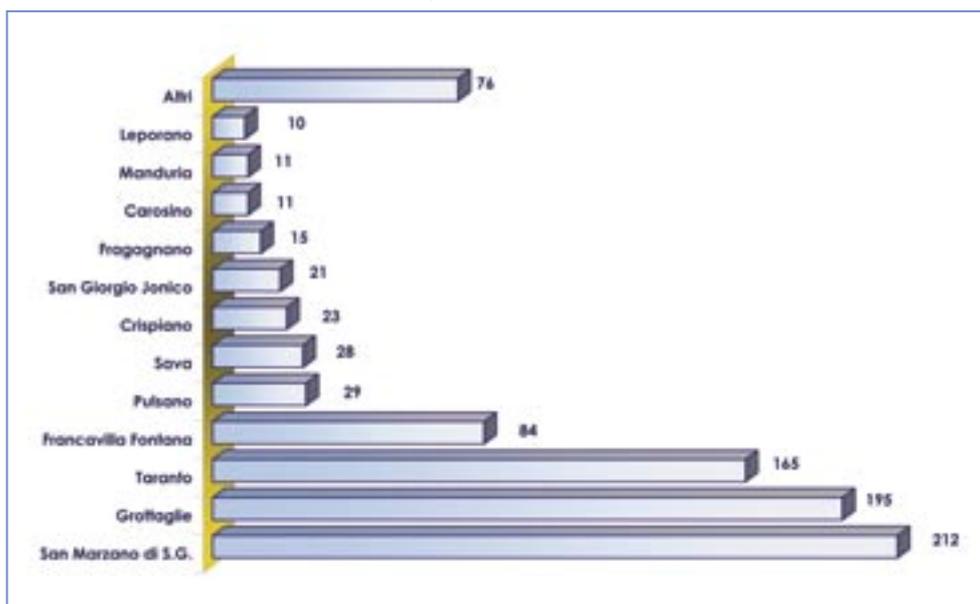
I **soci - amministratori della Banca** detengono complessivamente 825 azioni, pari al 5,74% del capitale sociale.

Presenza di Dipendenti e Amministratori nella compagine sociale



I soci sono prevalentemente residenti nei Comuni di operatività.

Numero soci per Comune di residenza

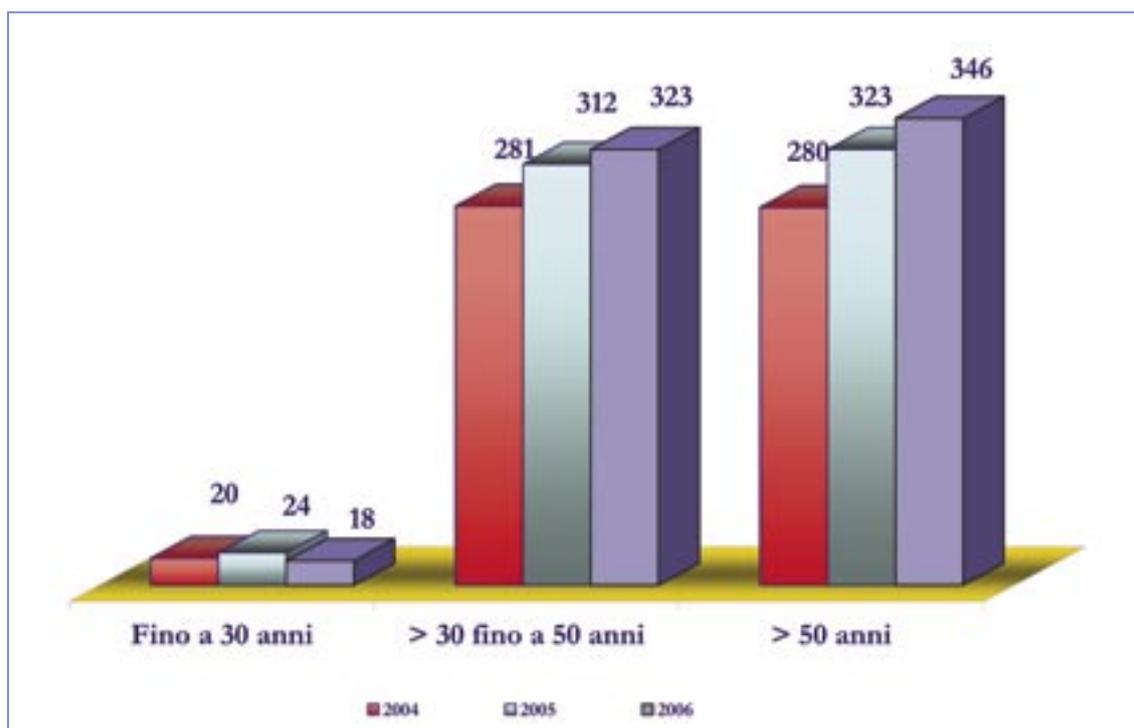


Gli altri Comuni di residenza in ordine di numerosità dei soci sono:

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

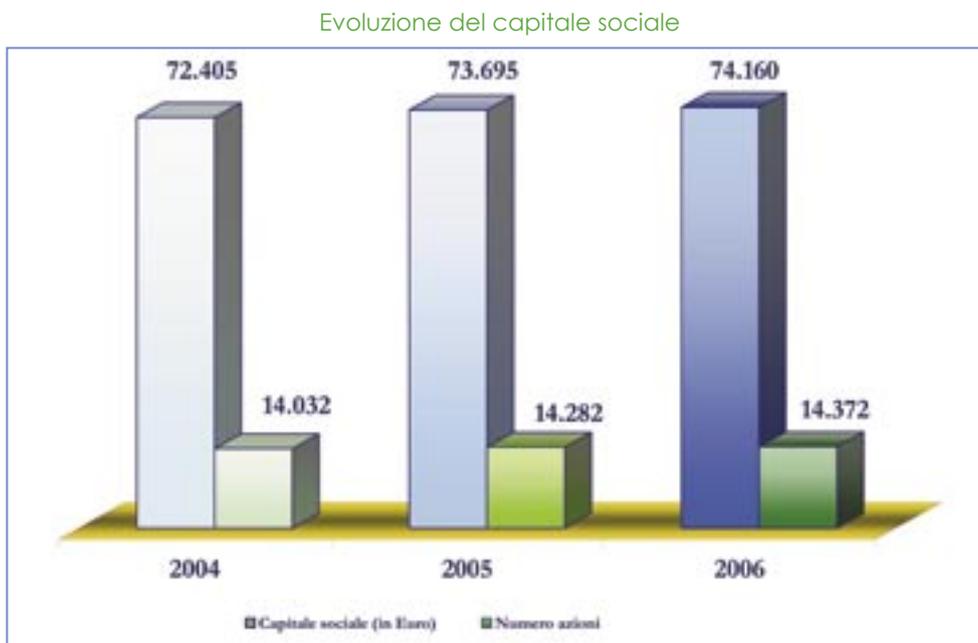
Rispetto all'anno 2005 si registra un aumento del 7,12% dei soci di età superiore ai 50 anni, un aumento del 3,53% dei soci di età compresa tra i 30 e i 50 anni e un decremento del 25% dei soci aventi età non superiore ai 30 anni.

Numero soci (persone fisiche) per fasce d'età



3.2.4 Capitale sociale

Al 31 dicembre 2006, il capitale sociale ammonta a 74.160 euro. Le azioni sottoscritte sono in totale 14.372



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

La quota media detenuta da ciascun socio si riduce ulteriormente: 84,27 euro (contro 88,00 euro del 2005); 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 capitario, i soci hanno lo stesso peso a prescindere dal numero delle azioni possedute. L'assemblea sociale dell' 7 maggio 2006 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.



Premio socio più anziano presente in assemblea; Sig. Mayi Francesco

3.2.6 Servizi ed agevolazioni riservate ai soci

Di seguito sono evidenziati alcuni vantaggi assicurati ai soci nel 2006

Servizi e agevolazioni riservate ai soci	
Sostegno sociale	Nel 2005 sono stati assegnati premi per la ricorrenza delle nozze d'oro dei soci e premi di laurea per soci e figli dei soci.
Incentivazioni di carattere bancario	<p>Erogazione del credito</p> <p>Nel 2006 il 48,46% del credito complessivo erogato dalla Banca ha riguardato i soci, con tassi agevolati in relazione alle varie forme tecniche.</p> <p>Altre condizioni vantaggiose</p> <p>Il Conto socio è uno specifico conto con condizioni di favore comprendente un pacchetto di agevolazioni.</p> <p>I soci possono contare su commissioni ridotte sul Dossier Titoli.</p>
Diffusione dell'informazione e promozione della partecipazione	<p>Assemblea dei soci</p> <p>La Banca ha investito 18.080 euro per la realizzazione dell'assemblea. E' consuetudine che alla fine dell'Assemblea venga offerto un rinfresco ai soci intervenuti e consegnato un simbolico ricordo riservato agli stessi, consistente nel 2006 in un lettore DVD.</p> <p>Segreteria Generale</p> <p>La Banca gestisce operativamente la compagine sociale per il tramite della Segreteria Generale, ufficio a cui ciascun socio può rivolgersi per ogni richiesta di informazione e chiarimento riguardanti la vita aziendale.</p>



3.2.7 Investor relations

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

Sito www.bccsanmarzano.it



3.2.8 Contenzioso e litigiosità

Non esistono casi di contenzioso e litigiosità da segnalare.



Taranto - Chiesa di S. Domenico

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 2006 è proseguita la politica di gestione del rapporto con il cliente privilegiando i seguenti aspetti:

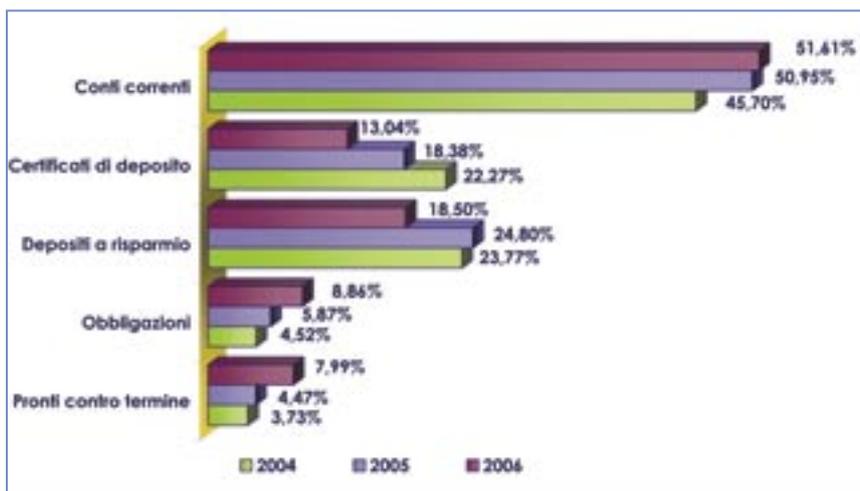
- diversificazione delle modalità di contatto con la clientela, affiancando ai canali tradizionali quelli più innovativi
- consolidamento ed utilizzo al meglio dei risultati dell'attività di segmentazione della clientela al fine di individuare le caratteristiche/necessità della stessa

3.3.2 Caratteristiche ed analisi della clientela

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

A conferma della consolidata fiducia che la potenziale clientela ripone nella Banca, anche il 2006 ha registrato una crescita in valore assoluto sia del numero dei clienti che del totale della raccolta.

Composizione percentuale dei depositi



Anche nel corso del 2006, la Banca ha cercato di proporre soluzioni per una diversificazione e una ricomposizione del risparmio, ricercando forme di investimento adeguate alle esigenze e alle propensioni al rischio di ogni cliente e ampliando la gamma di prodotti offerta.

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

La tabella seguente riporta il totale dei prodotti per conto terzi collocati nel 2006.

	2004	2005	2006	Variazioni %
Offerta alla clientela di prodotti assicurativi di terzi a contenuto finanziario	1.885	4.310	4.463	3,55%
Offerta alla clientela di quote di Organismi di Investimento Collettivo del Risparmio	4.752	5.763	5.725	-0,66%

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

Dati in migliaia di euro

Condizioni negoziali nei confronti della clientela

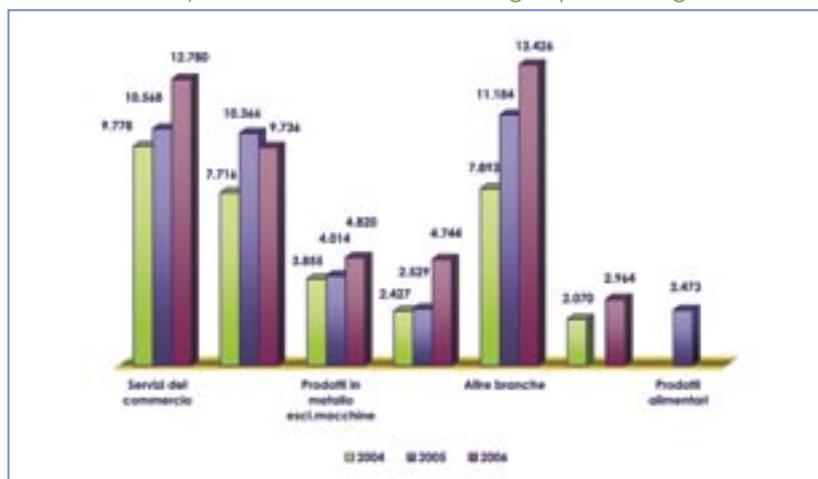
Le condizioni relative ai tassi d'interesse offerti sono in linea con la concorrenza, i numerosi servizi offerti hanno un costo concorrenziale. Tutte le condizioni, in ottemperanza alla legge sulla trasparenza, sono pubbliche e regolarmente affisse in ciascuna filiale.

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

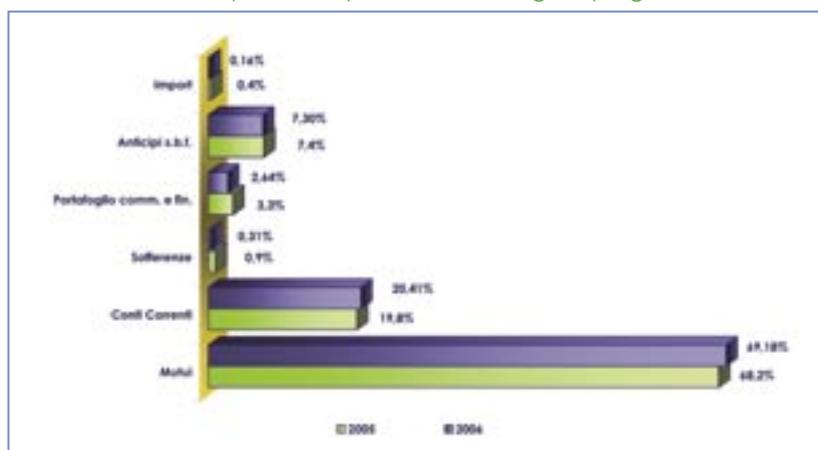
Gli impieghi della Banca, in conformità alle disposizioni di vigilanza, sono concentrati nel territorio di riferimento, secondo una logica tesa a favorire lo sviluppo dell'economia locale e a limitare il dirottamento del risparmio verso altre piazze più interessanti.

Anche nel 2006 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



Grado di vicinanza della BCC di San Marzano di S.G. alla clientela

L'analisi della clientela può essere supportata anche con l'esame dell'indice di "vicinanza", ovvero il numero medio di clienti serviti presso ogni singolo sportello. Tale indicatore, calcolato rapportando il numero dei clienti affidati al numero degli sportelli della banca, rappresenta il grado di vicinanza della Banca al cliente (tanto più l'indice è basso, tanto più è positivo in termini di vicinanza al cliente).

La tabella presentata di seguito riepiloga per singola regione il valore dell'indice di vicinanza medio delle BCC.

INDICE DI VICINANZA DELLE BCC ALLA CLIENTELA*						
Federazione	N. clienti affidati		Totale sportelli		Indice di vicinanza BCC	
	Numero	Var. % 2004-2005	Numero	Var. % 2004-2005	Numero	Var. % 2004-2005
Piemonte - Val d'Aosta - Liguria	57.802	5,9%	180	3,4%	321	2,4%
Lombardia	205.533	2,1%	617	3,9%	333	-1,7%
Trentino	109.827	3,1%	333	1,2%	330	1,8%
Alto Adige	58.582	0,9%	191	1,1%	307	-0,2%
Veneto	188.466	3,7%	553	5,9%	341	-2,1%
Friuli - Venezia Giulia	65.623	2,6%	199	4,2%	330	-1,6%
Emilia Romagna	133.261	4,1%	344	5,2%	387	-1,1%
Toscana	136.564	3,1%	259	2,4%	527	0,7%
Marche	77.344	5,2%	159	7,4%	486	-2,0%
Lazio - Umbria - Sardegna	155.210	2,6%	242	7,1%	641	-4,1%
Abruzzo - Molise	29.428	1,6%	78	0,0%	377	1,6%
Campania	57.491	2,6%	117	5,4%	491	-2,6%
Puglia - Basilicata	68.209	2,2%	118	0,9%	578	1,3%
Calabria	47.664	3,6%	88	2,3%	542	1,3%
Sicilia	72.580	2,1%	138	3,8%	526	-1,6%
Totale BCC	1.463.584	3,0%	3.616	4,0%	405	-0,9%
Totale altre banche	21.018.755	2,3%	28.800	4,5%	730	-2,0%
BCC San Marzano di S.G.**	3.403	-	8	-	425	-

* Dati a dicembre 2005 (Tratta da: Federcasse "Bilancio sociale e di missione", Edizione 2007)

** Dati a dicembre 2006

Dal raffronto con le altre realtà bancarie emerge un indice di vicinanza per la BCC di San Marzano di S.G. pari a 425, in linea con quello che caratterizza l'aggregato delle BCC Italia (405), notevolmente più basso rispetto a quello delle altre banche, che si attesta su un valore medio di 730 clienti per sportello.

3.3.3 Marketing Development

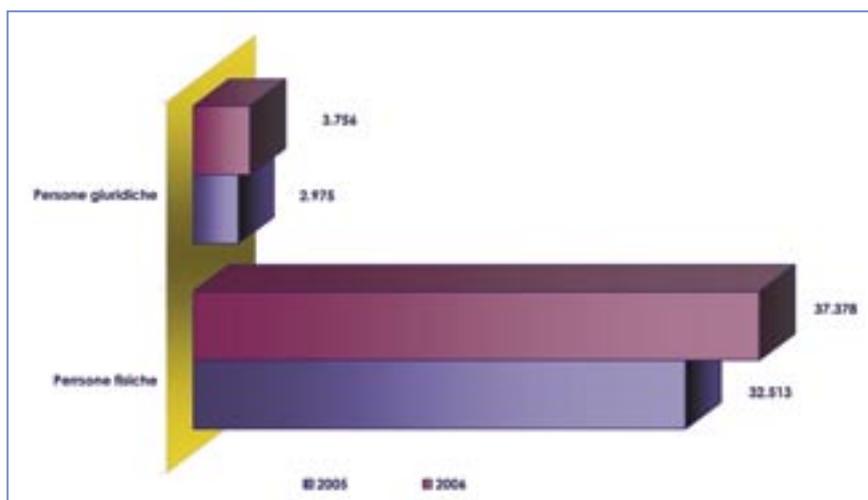
Nel 2006 la politica di marketing development della Banca continua ad indirizzarsi verso i seguenti canali di sviluppo.

Marketing development	
Sviluppo prodotti esistenti	
      	<p>I seguenti prodotti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - "Conto Verde" - "Conto Famiglia" - "Conto Sprint" - "Conto Rossoblu" - "Conto Itriafarma" - "Conto Panificatori" - "Mutuo Ad8" <p>esistenti già prima del 2006 sono stati ulteriormente migliorati grazie ad accordi con le associazioni di categoria.</p>
Offerta di nuovi prodotti	
	<p>"Conto Rosa" nasce con lo spirito di sostenere l'imprenditoria femminile, puntando sull'autonomia delle donne e offrendo una gamma di prodotti e servizi altamente convenienti. Una delle particolarità del conto è racchiusa nei finanziamenti agevolati per interventi di natura estetica.</p> <p>"Mutuo Casa Giovani", mutuo a tasso fisso dedicato esclusivamente alle giovani coppie. Il prodotto è particolarmente attento alle evoluzioni dei mercati e alla dinamica dei tassi. Agevola il piano d'acquisto della casa, che è il sogno di tutti. Nel 2007 sarà collegato a Conto Sì, conto dedicato al matrimonio.</p> <p>"Conto professionisti" nato in seguito al Decreto Bersani.</p> <p>"Conto Ace", riservato agli iscritti ai Circoli Tennis del nostro territorio, grazie agli accordi con le più importanti strutture associative della nostra area.</p>

Prosegue nel corso del 2006 la Campagna "Negozio Amico" grazie all'adesione di nuovi esercizi commerciali. Presso i punti vendita è offerta la possibilità alla clientela della Banca, di usufruire di sconti dal 5% al 30% in base alla spesa effettuata.

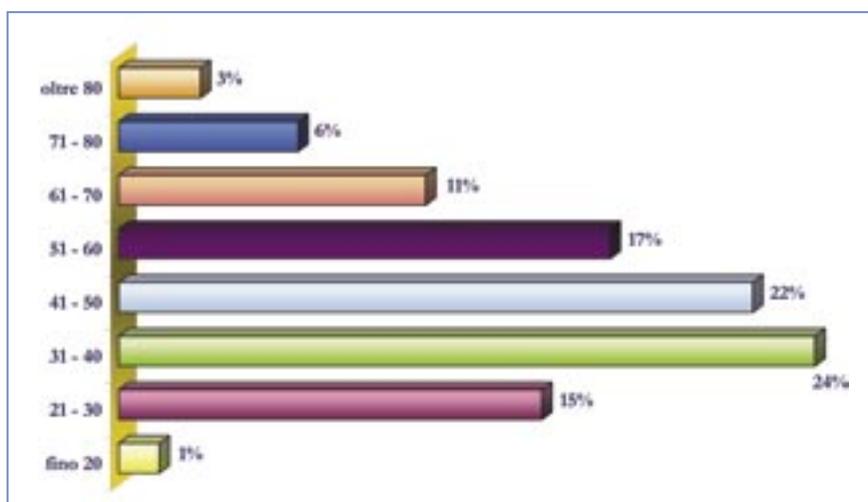


Suddivisione della clientela per tipo controparte - anni 2005 e 2006



L'incremento del numero assoluto della clientela suddivisa per tipo controparte descritto nel grafico a fianco riportato, evidenzia l'effetto positivo delle attività svolte e delle iniziative commerciali e di marketing poste in essere dalla Banca.

Suddivisione della clientela per fasce d'età anno 2006



Sportello Aperto

Sportello Aperto ha rappresentato anche per il 2006 uno dei canali di comunicazione diretta della Banca con il Territorio. Il periodico cartaceo, ha accompagnato i festeggiamenti del Cinquantenario con cinque numeri, di cui un'edizione speciale in occasione dell'apertura della nuova filiale di Leporano.

Lo sbarco in internet della versione pdf (con tutto l'archivio delle pubblicazioni) è stato accolto con favore dai navigatori che hanno potuto ricevere il giornale direttamente sul proprio computer.

Il 2006 è stato anche il varo della costola on-line di Sportello Aperto, con l'edizione di una newsletter telematica periodica, alla quale ci si può iscrivere compilando un apposito form. Particolarmente sintetico Sportello Aperto On-line rappresenta il modo semplice e agevole per essere sempre informati sulle attività della Banca.

Nel 2006, Sportello Aperto è stato realizzato da una vera e propria redazione che ha affrontato temi d'attualità economica e finanziaria non prettamente locali, cercando di offrire ai Lettori questioni anche complesse in maniera piuttosto semplice e chiara.

Questi i dati più significativi per il 2006:

- 5 numeri stampati (gennaio, marzo, aprile, giugno e novembre);
- 80 pagine;
- 40.000 copie distribuite;
- 320.000 pagine stampate;
- 124 articoli;
- 18 collaboratori.

Sportello Aperto
 Periodico di economia, cultura e sociale
 BCC S. Marzano di S. Giuseppe

La BCC San Marzano al taglio dell'importante compleanno, riconferma la propria storia e i valori di sempre. E scommette sul futuro
Cinquant'Anni vissuti con responsabilità sociale

Nel Bilancio Sociale 2005 non sono contenuti solo gli interventi sostenuti dall'Istituto, ma anche le linee guida della mission di una Banca che fa della propria area di riferimento la propria ragion d'essere, favorendo a mani piene il mutualismo

Alla BCC San Marzano l'Oscar di Agrileasing

Nasce Sanintesa, il colosso bancario d'Italia

Telecom, il telefono tricolore è bollente

BCC San Marzano di San Giuseppe - Ta

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 2006 la Banca ha continuato a proporre alla propria clientela prodotti di finanza etica:



- "Aureo WWF Pianeta Terra", 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;



- "Leasing Etico" di Banca Agrileasing S.p.A., formula innovativa studiata per sostenere iniziative che abbiano una reale utilità per la società e per l'ambiente. Nell'occasione al cliente della Banca, che ha stipulato il contratto, la Società Agrileasing ha riconosciuto un premio.

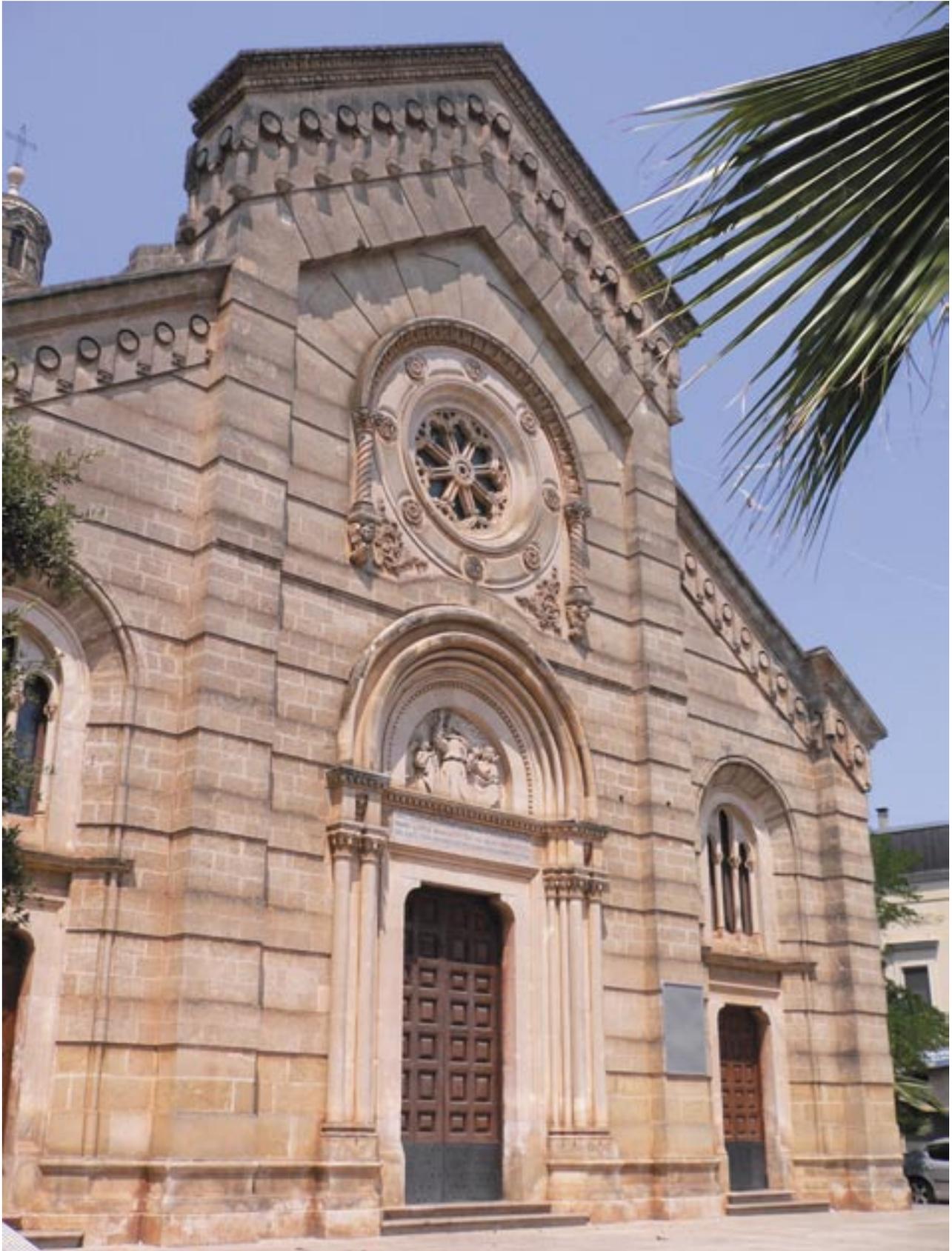
3.3.5 Sistema qualità e reclami

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

- Ufficio Reclami, pronto ad accogliere le ragioni di insoddisfazione della clientela e a offrire opportune risposte, nell'anno 2006 l'Ufficio non ha ricevuto reclami da clienti.
- Ombudsman bancario, organismo collegiale interbancario, pronto a risolvere le controversie che non trovano soddisfazione presso l'Ufficio Reclami della Banca. Anche nel 2006 l'Ombudsman bancario non ha ricevuto reclami da parte di clienti della BCC di San Marzano di S.G.



Taranto - Scalinata Chiesa di S. Domenico



Villa Castelli - Chiesa Matrice

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

3.4.1 Obiettivi



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

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

A tal proposito:

- 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 e fiduciario 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 2006, la Banca si è avvalsa di fornitori non locali per prodotti tecnologicamente avanzati e servizi ad alto valore aggiunto.

Outsourcing

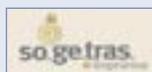
Anche nel 2006 risultano esternalizzati i seguenti servizi:



gestione del sistema informativo (Auriga Informatica S.r.l.);



gestione del contante (Istituto di Vigilanza Serenissima);



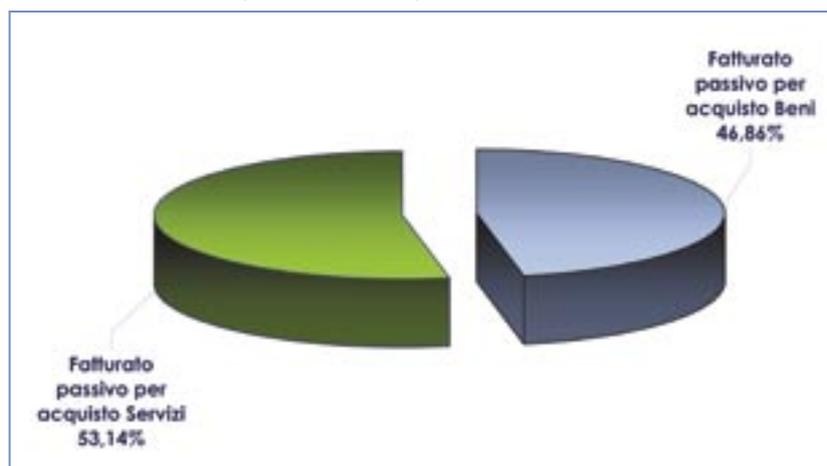
gestione trasporti della posta da e verso ICCREA (SOGETRAS S.p.A.);

manutenzione di tutte le apparecchiature elettroniche ed hardware e degli impianti (climatizzazione, riscaldamento, allarme e sicurezza) installati presso le sedi della Banca.

3.4.3 Caratteristiche delle forniture

In considerazione del settore di operatività (bancario), il fatturato passivo globale della Banca è prevalentemente dovuto all'acquisto di servizi per il 53%, contro il 58% del 2005.

Fatturato passivo 2006: 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 2006.

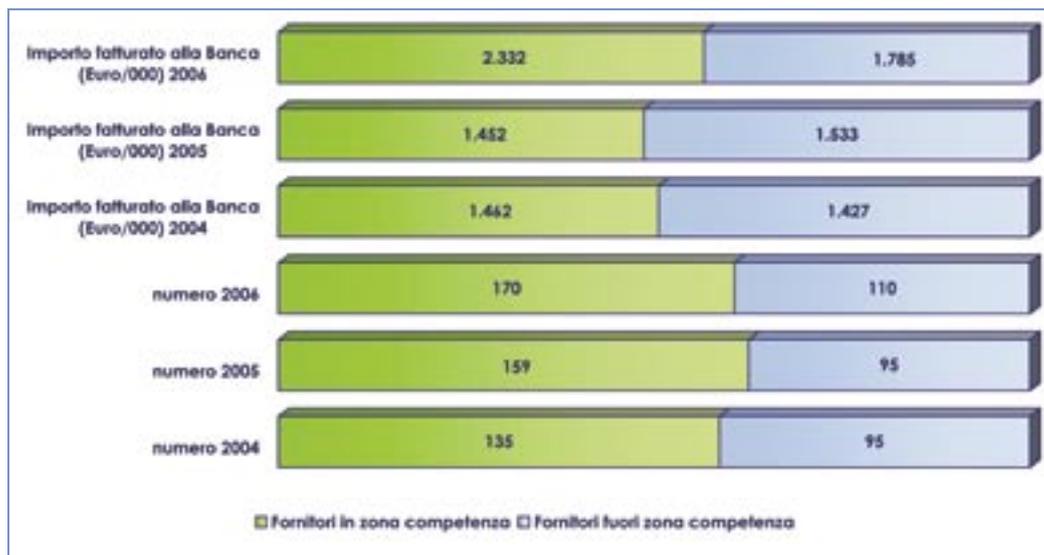
Servizi	
Affitti	82.157
Aggiornamento professionale	3.600
Compensi Collegio Sindacale	45.903
Consulenze	175.912
Consulenze legali	90.590
Contributi associativi	92.082
Corriere e postali	43.862
Elaborazione dati programmi	486.166
Gestione rete Promotori	104.475
Internet - Canali virtuali	55.898
Lavoro interinale	92.475
Locazione macchine elettroniche	41.570
Servizi bancari	267.208
Servizi di pulizie	78.011
Servizio di Visure	105.086
Software	24.347
Spese per la pubblicità	90.363
Studi notarili e Società di Revisione	111.021
Telecomunicazioni	63.410
Ticket pasto	59.970
Vigilanza Gestione Contante	74.044
Totale fatturato dai fornitori per servizi	2.188.150

Beni	
Acqua	2.417
Autovetture	106.272
Cancelleria	24.381
Energia elettrica	70.040
Impianti	285.005
Libri giornali e riviste	11.116
Macchine elettroniche	118.367
Manutenzione impianti	274.732
Materiali di consumo	49.868
Modulistica e rassegna	78.761
Riscaldamento gas	353
Sicurezza sul lavoro	45.323
Spese per mobili e immobili	727.639
Spese varie	135.015
Totale fatturato dai fornitori per beni	1.929.289

3.4.4 Ricaduta sul territorio

Nel 2006 la Banca ha intrattenuto rapporti con 280 fornitori (di cui 170 locali), sostenendo costi per un totale di 4.117 mila euro di cui 2.332 mila euro pagati ad aziende appartenenti al territorio di operatività.

Ripartizione dei fornitori in base alla provenienza



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

Distribuzione degli acquisti per area geografica: anno 2006

	Fatturato	%	N.Fornitori
ITALIA			
Sud	3.085.856	74,95%	204
di cui Puglia	2.959.472	71,88%	196
di cui nel territorio di operatività	1.784.912	43,35%	172
Centro	250.466	6,08%	24
Nord	767.733	18,65%	39
TOTALE ITALIA	4.104.054	99,67%	267
ESTERO	13.384	0,33%	1
TOTALE	4.117.438	100,00%	268

Nel 2006, il 74,95% del fatturato passivo della Banca è pervenuto da fornitori appartenenti all'area geografica del Sud Italia, di questi il 71,88% è riconducibile alla Puglia e, in

Fatturato (in Euro) dei fornitori in base al tipo di bene/servizio fornito e alla provenienza		
Bene/servizio fornito	Fornitori locali	Altri fornitori
Acqua	-	2.417
Affitti	82.029	128
Aggiornamento professionale	-	3.600
Autovetture	101.211	5.061
Cancelleria	3.836	20.546
Compensi Collegio Sindacale	48.964	-
Consulenze	45.903	105.305
Consulenze legali	70.608	7.236
Contributi associativi	83.354	92.082
Corriere e postali	-	41.787
Elaborazione dati programmi	2.075	486.166
Energia elettrica	-	70.040
Gestione rete Promotori	104.475	-
Impianti	189.970	95.035
Internet - canali virtuali	-	55.898
Lavoro interinale	-	92.475
Libri giornali e riviste	3.567	7.549
Locazione macchine elettroniche	32.618	8.952
Macchine elettroniche	63.871	54.496
Manutenzione impianti	128.713	146.018
Materiali di consumo	38.865	11.003
Modulistica e rassegna	67.963	10.798
Riscaldamento gas	-	353
Servizi bancari	-	267.208
Servizi di pulizia	78.011	-
Servizio Visure	47.749	57.336
Sicurezza sul lavoro	-	45.323
Software	245	24.102
Spese per mobili e immobili	393.460	334.179
Spese per pubblicità	72.594	17.770
Spese varie	53.008	82.007
Studi notarili e società di Revisione	49.927	61.094
Telecomunicazioni	-	63.410
Ticket pasto	-	59.970
Vigilanza Gestione contante	70.861	3.182
Totale complessivo	1.784.912	2.332.527

3.4.5 Condizioni negoziali e comunicazione

Nel 2006 l'Ufficio Tecnico, inserito nella Costituita Funzione Organizzativa, ha continuato l'attività di revisione e di razionalizzazione dei contratti di fornitura, perseguendo l'obiettivo della riduzione dei costi operativi. Per ogni fornitura sono stati messi in gara i fornitori al fine di beneficiare, a parità di qualità, di migliori condizioni negoziali.

In quest'ottica si inquadra l'intervento effettuato nell'ambito della fonia. Alla rete fissa ne è stata aggiunta una mobile aziendale che permette di comunicare interbusiness a costo zero e verso l'esterno a costi ridotti.

La funzione dell'Ufficio è stata quella di canale privilegiato per lo scambio di informazioni, ordini, preventivi con i fornitori e di ricerca di soluzioni tecnologiche che possano apportare benefici economici e di efficienza operativa.

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. I principali fornitori, quelli che offrono beni e servizi ad alto valore aggiunto, sono dotati di certificazioni di qualità, gli altri, soprattutto quelli localizzati nella zona di competenza della Banca, evidenziano una minore attenzione alla problematica, come si evince dalla seguente tabella.

L'incidenza dei fornitori certificati nella zona di competenza è del 5,29%, contro un'incidenza fuori dalla zona di competenza del 25,45%. Dal 2005 al 2006 l'indice evidenzia una sensibile variazione positiva (oltre 52%), a riprova sia della maggior attenzione posta dalla banca nel ricercare relazioni con fornitori certificati, che dell'interesse di questi ultimi a fornire servizi di qualità.

Tipologia Certificazioni	Fornitori in zona di competenza		Fornitori non in zona di competenza		Totale	
	2005	2006	2005	2006	2005	2006
N. totale fornitori	159	170	95	110	254	280
BS7799 *	-	-	1	2	1	2
ISO14001 **	-	-	1	2	1	2
ISO27001 *	-	-	1	1	1	1
ISO9001 ***	5	8	11	20	16	28
ISO9002 ***	1	1	1	2	2	3
ISO9100 ***	-	-	1	1	1	1
	6	9	16	28	22	37
Incidenza % fornitori certificati sul totale	3,77%	5,29%	16,84%	25,45%	8,66%	13,21%
Variazione dell'incidenza % sull'anno precedente		40,29%		51,14%		52,56%

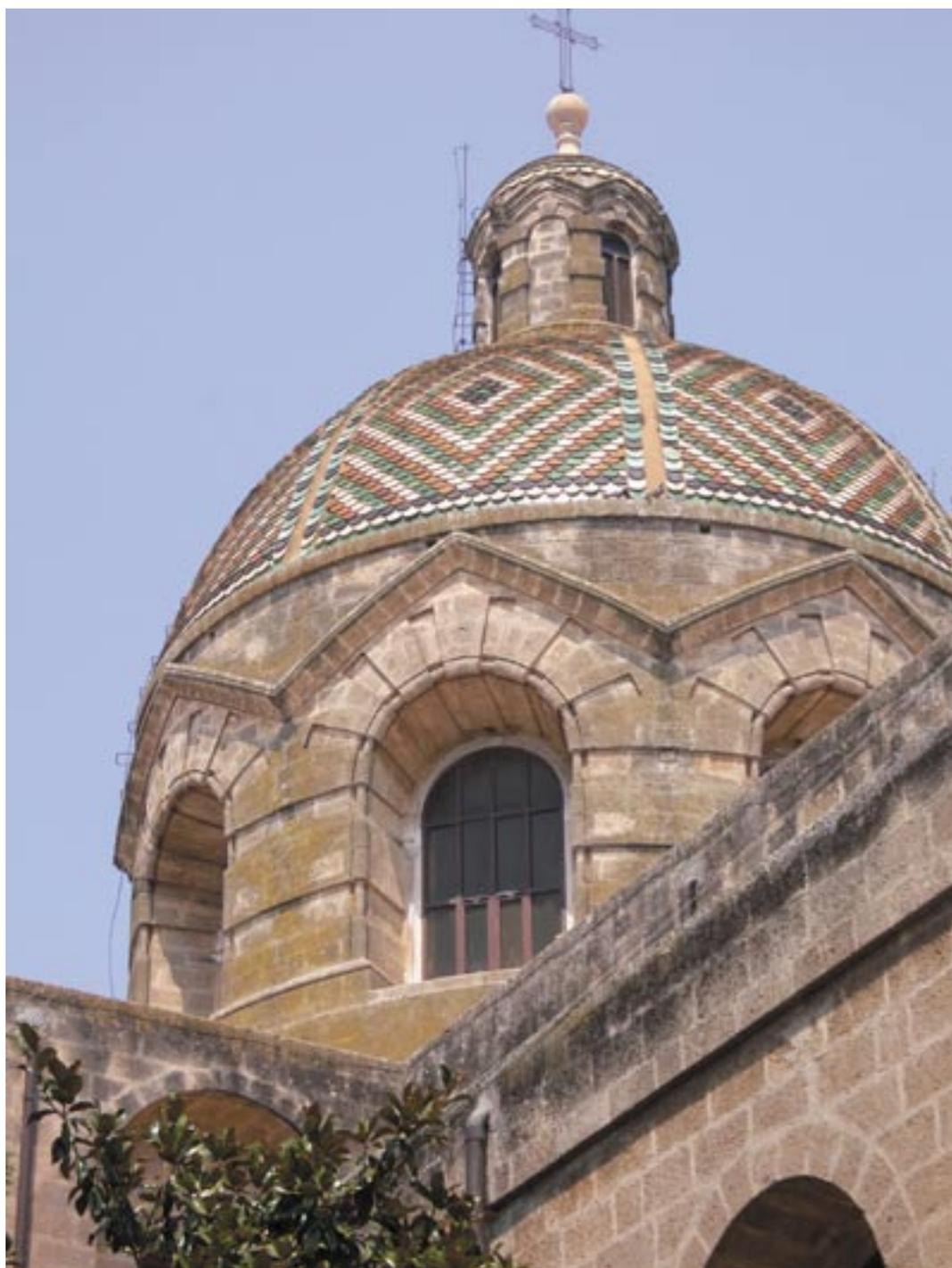
* Certificazione sul sistema di gestione per la sicurezza delle informazioni

** Certificazione ambientale

*** Certificazione sulla qualità

3.4.7 Contenzioso e litigiosità

Nel corso del 2006 non si sono verificati casi di contenzioso con fornitori. Le fatture dei fornitori, durante l'anno 2006, sono state regolarmente pagate entro trenta giorni data fattura.



Villa Castelli - Cupola Chiesa Matrice



Leporano - Castello Muscettola

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)

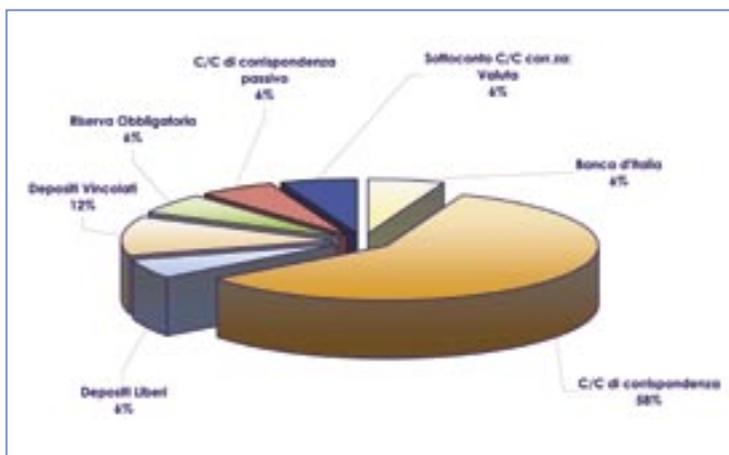
Al fine di raggiungere il duplice scopo di ottenere un'adeguata affidabilità finanziaria e di soddisfare nel miglior modo le esigenze della clientela, la BCC di San Marzano di S.G. collabora continuamente con la Comunità Finanziaria, distinta tra:

- Sistema del Credito Cooperativo
- Altre istituzioni

3.5.2 Rapporti con le altre banche

Nel corso del 2006 la Banca ha intrattenuto rapporti con 11 istituzioni creditizie nazionali, (di cui una con sede legale in Puglia.)

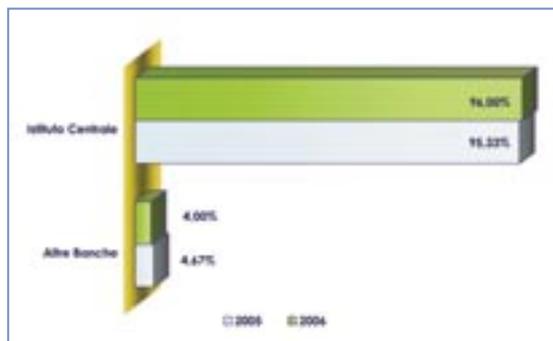
Ripartizione per tipologia (numero di rapporti)



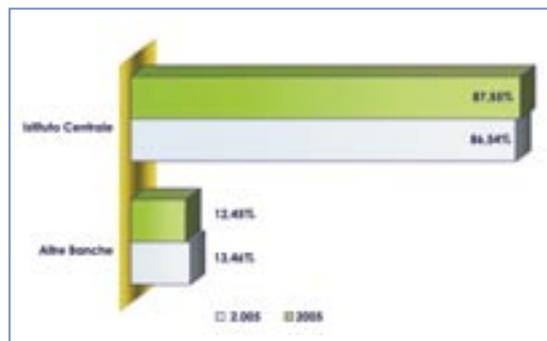
Il grafico seguente evidenzia una netta prevalenza del numero dei rapporti di c/c di corrispondenza sul totale dei rapporti.

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 2006 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.), mediante l'utilizzo tecnico di sottoconti in valuta (v.fig. "Ripartizione per tipologia").

3.5.3 Rapporti con le compagnie assicurative e con gli intermediari finanziari

Nel 2006 la Banca ha operato con le maggiori Compagnie Assicurative e Intermediari Finanziari nazionali ed esteri.

Nel 2006 i principali partner sono stati Assimoco e Banca Agrileasing che rappresentano, la prima l'espressione del ramo assicurativo e la seconda l'espressione del ramo leasing all'interno del Sistema del Credito Cooperativo, le cui politiche di investimento sono ritenute le più coerenti con quelle della Banca, offrendo tariffe, tra l'altro, tra le più convenienti sul mercato, in particolar modo verso i soci della BCC.

3.5.4 Rapporti con le Autorità di Vigilanza e Monetaria

Nel 2006 i rapporti con gli istituzionali Enti di Vigilanza (Banca d'Italia, U.I.C., Consob) si sono limitati al recepimento di quanto indicato dagli stessi durante precedenti ispezioni, al fine di orientare la Banca verso una sempre maggiore efficienza nel rispetto di una sana e prudente gestione del credito.

3.5.5 Rapporti con le Associazioni di categoria

Come ogni anno anche nel corso del 2006 la BCC di San Marzano di S.G. ha consolidato le aree di collaborazione con la Federazione delle Banche di Credito Cooperativo di Puglia e Basilicata che, attraverso la Società CO.SE.BA. S.c.p.A., fornisce il servizio di internal auditing (controllo interno) e rappresenta, inoltre, il primo interlocutore nella formulazione di pareri e chiarimenti normativi in materia bancaria.

Le principali riunioni, cui la Banca ha preso parte nel 2006 presso la Federazione delle BCC di Puglia e Basilicata, hanno riguardato le seguenti tematiche:

- linee strategiche del movimento del credito cooperativo;
- iniziative formative per i dipendenti;
- problematiche di natura contabile, valutativa e fiscale relative all'introduzione dei nuovi principi contabili internazionali (IAS / IFRS);
- adempimenti richiesti dalla normativa in merito alla "Continuità operativa in casi di emergenza"

Nel 2006 è proseguito l'ormai istituzionale rapporto con l'Istituto Centrale delle Casse Rurali ed Artigiane (I.C.C.R.E.A.) che, anche attraverso altri enti del movimento, si occupa di aspetti non coperti dal rapporto con le Federazioni locali.

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

Di seguito si riportano le caratteristiche dei principali controlli posti in essere nel 2006.

Tipologia di controllo	Caratteristiche
Controlli sulla gestione dei rischi (secondo livello)	Nel 2006 l'Ufficio Ispettorato Amministrativo ha sviluppato un'attività di controllo attraverso visite ispettive e controlli a distanza tenendo conto di quanto previsto dal progetto nazionale "Sistema dei controlli interni del Credito Cooperativo".
Internal Audit (controlli di terzo livello)	Gli interventi di Internal Audit si sono incentrati sull'analisi dei principali processi di lavoro per rafforzare i controlli di linea (controlli di primo livello) inoltre, sono stati effettuati anche interventi di follow-up sulle attività già sottoposte al controllo.

I vertici della Banca hanno preso visione delle risultanze dei controlli al fine di porre in essere gli opportuni interventi e con l'intento di mantenere i rischi entro un livello adeguato.

Attualmente è in atto un percorso evolutivo del sistema di controlli interni della Banca, basato sulla metodologia elaborata nell'ambito del progetto di categoria "Sistema dei controlli interni del credito cooperativo". In particolare, nel corso del 2006 sono state intensificate le attività di controllo sul rispetto della normativa vigente (Antiriciclaggio, Anti-usura, Trasparenza, Tutela della Privacy).

3.5.7 Comunicazione

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

3.5.8 Contenzioso e litigiosità

Nessun caso di contenzioso e litigiosità da segnalare.



Leporano - Particolare Castello Muscettola

BCC San Marzano di San Giuseppe - Ta



Taranto - Colonne Tempio Dorico intitolato a Poseidone

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

3.6.1 Obiettivi



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

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

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

In tal senso la Banca:

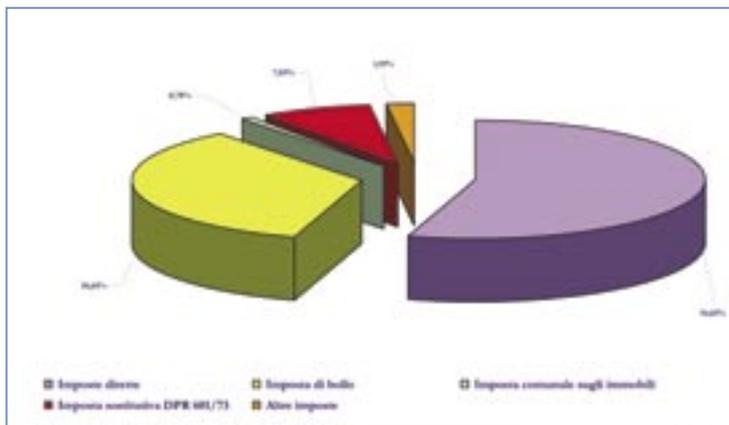
- ha collaborato con le organizzazioni del tessuto produttivo locale per favorire la diffusione di notizie utili allo sviluppo del territorio.
- ha potenziato i rapporti di collaborazione con la Pubblica Amministrazione e con altri enti (Scuole, Camera di Commercio, Assindustria)

3.6.2 Imposte, tributi e tasse

Nel 2006 sono state rilevate in bilancio imposte e tributi per un importo pari a 1.150 mila euro, oltre a 946 mila euro di ritenute versate in qualità di sostituti d'imposta, come riportato nella tabella seguente:

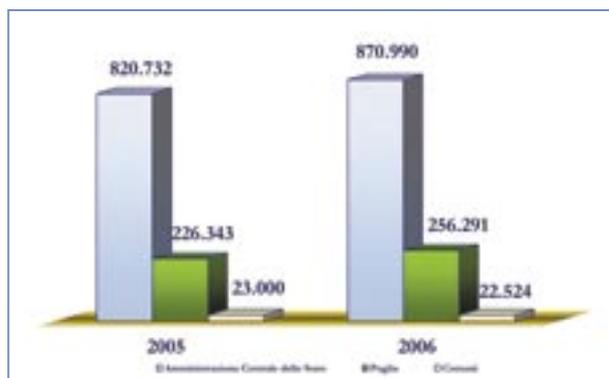
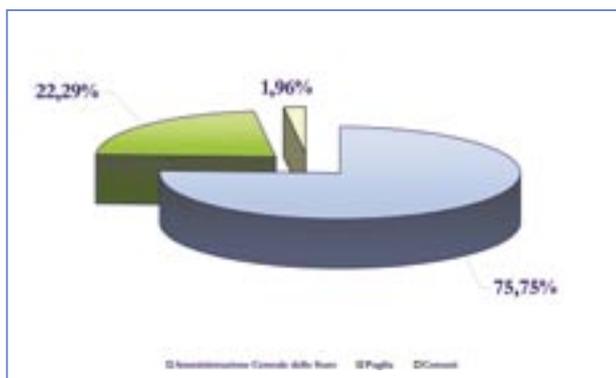
Effetto economico		
	2005	2006
Imposte dirette	597.000	630.000
Tassa su contratti di borsa	-	-
Imposta di bollo	364.000	398.000
Imposta comunale sugli immobili	8.000	9.000
Imposta sostitutiva DPR 601/73	82.000	90.000
Altre imposte	19.000	22.000
Totale	1.070.000	1.149.000

Imposte e tasse 2006 - Criterio economico

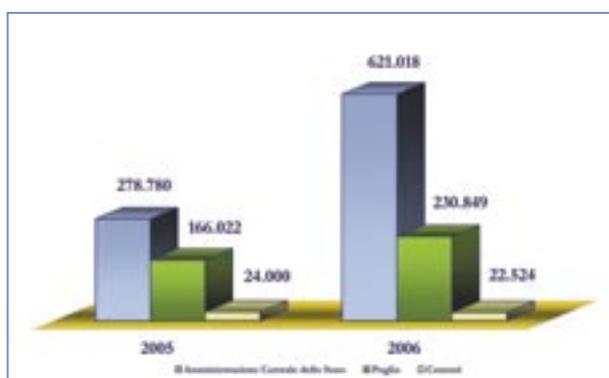
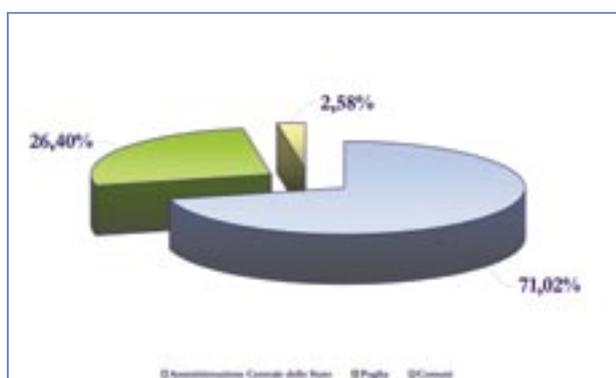


Nella tabella e nel grafico che seguono si evidenzia il beneficio economico apportato dalla Banca allo Stato, distinguendo tra Amministrazioni Centrali dello Stato, Amministrazione Regionale Puglia e Amministrazioni Comunali (ovvero in base al soggetto che percepisce direttamente l'imposta).

Territorialità delle imposte 2006 Criterio economico



Territorialità delle imposte 2006 Criterio finanziario



In virtù dello status di Banca di Credito Cooperativo, la BCC di San Marano di S.G. ha goduto della detassazione dei fondi destinati a riserva indivisibile, per un importo pari a 2.171.159 euro (Legge 59/92 sulla Cooperazione).

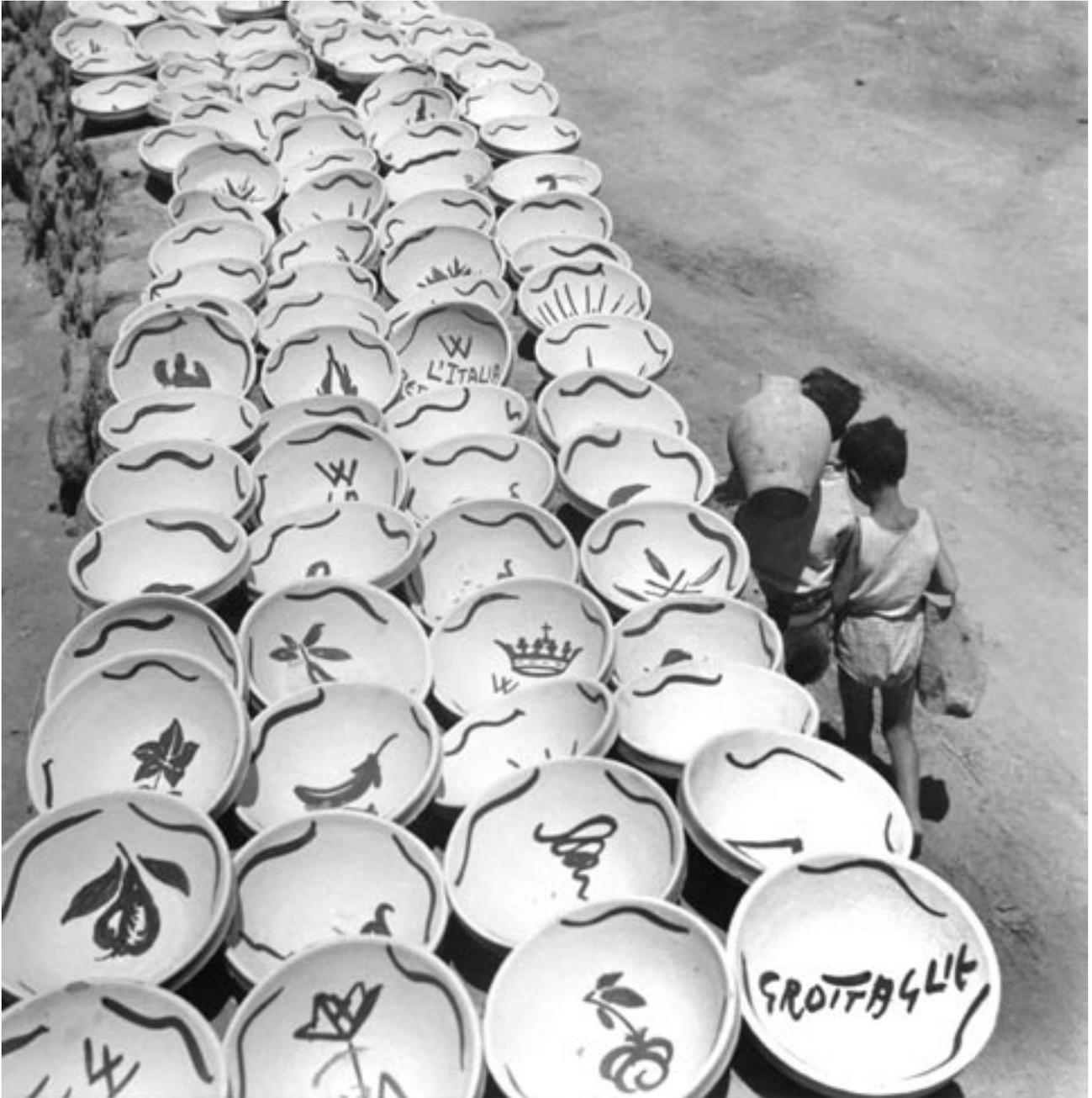
3.6.3 Rapporti con Enti Locali e la Pubblica Amministrazione

Le attività più significative svolte dalla Banca nel 2006, nei confronti di Enti Locali e verso la Pubblica Amministrazione, sono state le seguenti:

- svolge l'incarico di gestione della Tesoreria di tre Comuni della provincia di Taranto, di sei scuole (cinque 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;
- continua il protocollo d'intesa insieme a Confagricoltura di Taranto per offrire finanziamenti a tasso agevolato ai produttori, mutui agricoli e forme di leasing per il noleggio di macchinari;
- in relazione all'accordo stipulato nel 2005 con il Comune di Pulsano e la Regione Puglia per il finanziamento di un consorzio di imprese, denominato "Work to Built" e finalizzato alla realizzazione di un insediamento produttivo nel Comune di Pulsano (TA), la BCC di San Marzano di S.G. nel 2006 ha ulteriormente sostenuto le imprese insediate mediante finanziamenti a completamento del programma di investimenti inizialmente definito;
- la Banca ha acquisito la partecipazione in FININDUSTRIA S.r.l., società promossa dall'Associazione degli Industriali della Provincia di Taranto, il cui oggetto sociale è la prestazione di servizi e di consulenza, l'assunzione di partecipazioni, la concessione di garanzie e finanziamenti ad imprese operanti in settori strategici di mercato nella provincia di Taranto;
- ha stipulato con il Consorzio di Garanzia INTERFIDI, emanazione della Camera di Commercio di Taranto, tre convenzioni nell'ambito del POR Puglia, di cui due relative all'utilizzo di fondi per il sostegno di interventi nel settore agricolo e agricolo alimentare e la terza riguardante il sostegno alle Piccole e Medie Imprese dell'industria, artigianato, turismo e cooperazione;
- convenzione stipulata insieme a Confartigianato di Taranto – sezione "Donne impresa" per il finanziamento agevolato all'imprenditoria femminile.

3.6.4 Contenzioso e litigiosità

Non si segnalano nel corso dell'anno 2006 casi di contenzioso con lo Stato, gli Enti Pubblici e la Magistratura, verso i quali i rapporti sono improntati alla massima collaborazione.



Grottaglie - Quartiere delle Ceramiche - Foto *Ciro De Vincentis*

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



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

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

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

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

In tal senso la Banca si pone i seguenti obiettivi:

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

PERSONE

3.7.1 Apporti diretti al sociale per una migliore qualità della vita

Nel 2006 la BCC di San Marzano di S.G. ha sostenuto l'attività di scuole di ogni ordine e grado, parrocchie, organismi di volontariato, enti no profit impegnati in iniziative di sviluppo sociale e culturale sul territorio, associazioni sportive. Sono stati inoltre organizzati, in proprio o in collaborazione con altri soggetti, manifestazioni e convegni su tematiche diverse di interesse collettivo.

Interventi nel sociale			
	2004	2005	2006
Numero di interventi	47	35	88
Importo (in migliaia di euro)	33	20	35

SOLIDARIETA'

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

Tra le iniziative sostenute nel 2006 si ricordano le seguenti:

SOLIDARIETA'	
	<ul style="list-style-type: none"> • In occasione della Festa della donna è stato allestito un banchetto informativo a sostegno della campagna di solidarietà pro Fondazione AISM per continuare a promuovere i progetti di ricerca scientifica e i servizi di assistenza dedicati alle persone affette da sclerosi multipla, grave malattia del sistema nervoso centrale, che si manifesta per lo più tra i 20 e i 30 anni e colpisce soprattutto le donne. • 'Siamo tutti Meticci', concorso per promuovere il sentimento dell'accoglienza sul tema "le migrazioni come fattore di cambiamento della storia degli uomini", concorso in collaborazione con "Amici di Manaus - Onlus - Associazione per l'adozione a distanza". • La Banca si è impegnata, per il tramite dell'Associazione "Amici di Manaus", nell'adozione a distanza di Fernanda e Pedro, due bambini brasiliani a cui si è voluto offrire un futuro meno difficile, inserendoli nel progetto di alfabetizzazione avviato dalle suore del Carmelo.

CULTURA E TERRITORIO

Sono di seguito riportati i principali convegni e seminari organizzati nel 2006 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



- Conferenza promossa dal Liceo Scientifico "F. Ribezzo" di Francavilla Fontana dal titolo "Giovani e prospettive del Territorio", il tema dell'intervento della BCC ha riguardato: le dinamiche di sviluppo e accesso al credito per i giovani per creare le giuste condizioni economiche ed evitare la fuga di cervelli.
- Secondo Seminario itinerante sul PIT 8 dell'Area Jonico-Salentina., promosso dalle province di Brindisi, Lecce e Taranto, con il contributo di Unione Europea, Ministero Finanza ed Economia e Regione Puglia; volto a creare sviluppo e innovazione nell'ambito dell'economia agricola e rurale e della trasformazione, attraverso l'integrazione e la diversificazione produttiva.
- Presentazione, presso l'Auditorium della Banca di Credito Cooperativo di San Marzano di San Giuseppe, del libro "Aldo Moro...l'iniqua ed ingrata sentenza della D.C." di Salvatore Savoia, in occasione del 28° anniversario della morte dello statista di Maglie.
- Seminario di studio promosso dalla Provincia di Taranto, su iniziativa dell'assessorato alla Pubblica Istruzione, in collaborazione con la Banca di Credito cooperativo di San Marzano di San Giuseppe tenuto presso l'istituto professionale "Perrone" di Castellaneta. Il tema del seminario è stato "investire in istruzione conviene, sia dal punto di vista economico che sociale".
- Convegno promosso dalla BCC di San Marzano di S.G. in collaborazione con la Prima Facoltà d'Economia di Bari, la Seconda Facoltà d'Economia di Taranto dal titolo: "Bilancio Sociale, l'Economia Condivisa", ovvero lavorare perché i giovani laureandi in Economia, siano protagonisti attivi del loro futuro soprattutto nel sociale.
- Seminario in collaborazione con Azimut sul tema inerente la destinazione del TFR "Come scegliere le opportunità del TFR nel PMI".
- Partecipazione, in occasione della Fiera dell'Ascensione di Francavilla Fontana, al convegno dal titolo: "Coltiviamo l'energia, nuove opportunità per l'agricoltura brindisina".
- Contributo alla conferenza organizzata da Confindustria Taranto in collaborazione con l'Università di Bari dal titolo: "Pubblico e Privato nella gestione dei servizi".
- Contributo al XXV convegno nazionale "Minori, famiglia, persona: quale giudice?", organizzato dall'Associazione Italiana dei Magistrati per i Minorenni e per la Famiglia, con il patrocinio della Presidenza della Regione Puglia. La Provincia di Taranto e il Comune di Taranto.
- Contributo al convegno su "La riforma del diritto fallimentare", organizzata dalla Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Bari, Facoltà di Taranto e dagli Ordini degli Avvocati, dei Commercialisti e dei Ragionieri di Taranto.
- Organizzazione del seminario "Il mondo di e/studio, nuove opportunità per i professionisti – Basilea 2, da rischio a opportunità per i professionisti e le imprese", tenuto da relatori della società di software ESA Software S.p.A.

Musica, arte, cultura e costume



- Mostra dedicata, in collaborazione con la Provincia di Taranto, al neorealismo del fotografo Ciro De Vincentis, definito da Giuseppe Ungaretti il "mago dell'obiettivo".
- Organizzato lo spettacolo teatrale di Eugenio Benettazzo dal titolo "Blekgek", oneman-show di satira economica.
- Sponsorizzazione della seconda edizione de "la Settimana (S)bianca", settimana all'insegna dell'Arte, Musica, Letteratura, Cinema, Teatro e Tecnologia nella città di Grottaglie con la partecipazione dell' Assessorato alle Politiche Giovanili del Comune di Grottaglie.
- E' stato allestito un ufficio mobile durante la festa del Patrono di San Marzano di San Giuseppe, all'insegna delle tradizioni.
- Non solo insegne o pannelli promozionali, ma anche la cultura all'interno della filiale di San Marzano. '...fatti non foste per viver come bruti ma per seguire virtute e conoscenza...' (Dante, Divina Commedia, canto XXVI dell'Inferno).
- Sponsorizzazione concorso pittorico dal tema: "Antichi Sapori e Colori di Puglia".
- Sponsorizzazione concorso biennale regionale "Gran Galà delle Pittura" Città di San Marzano di San Giuseppe.
- Sostegno per l'avvio del progetto "Bollenti Spiriti" varato dalla Regione Puglia in collaborazione con le amministrazioni locali. L'iniziativa coinvolge l'area ionica e si occupa di ricercare location nel tessuto storico del territorio, da destinare alle forme artistiche e aggregative dei giovani.



ISTRUZIONE E GIOVANI

La Banca nel 2006 ha fortemente sostenuto i giovani e la loro istruzione nelle scuole di ogni ordine e grado con numerose iniziative, tra queste ricordiamo:

Istruzione e giovani



- Accordo con il Comune di Taranto per il finanziamento di idee e di progetti presentati dai giovani. La Banca mette a disposizione un plafond di un milione di euro e il Comune istituisce un Ufficio (Ufficio Idee) che possa aiutare i giovani nella definizione del progetto e nell'istruzione delle pratiche necessarie.
- Attraverso l'iniziativa "Un c@ppuccino per un PC", promosso dal Ministero per l'Innovazione e le Tecnologie in collaborazione con il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca e dal Ministero delle Finanze, la Banca eroga un prestito agli studenti universitari, regolarmente iscritti alle Università statali e non statali legalmente riconosciute, allo scopo di incrementare la diffusione e l'uso degli strumenti informatici e favorire lo sviluppo delle tecnologie.
- Finanziamento di un master (dal titolo "Banca & Impresa") di alta formazione post-universitaria, dedicato ai rapporti tra Banca e Impresa e finalizzato alla formazione di figure professionali destinate a saper mettere in relazione queste due realtà diverse e talvolta distanti tra loro. Il Master è stato organizzato e diretto dal CSCI (Centro Studi Comunicare l'Impresa), Scuola di management ed alta formazione con sede a Bari.
- Promozione del concorso "Se potessi avere ..." in collaborazione con la direzione didattica delle scuole di Villa Castelli. L'iniziativa, nel rilanciare fra i giovani studenti il tema della gestione del risparmio e il suo utilizzo, ha inteso aprire il libro dei sogni dei ragazzi delle scuole per scoprire le innumerevoli finalità che possono essere attribuite alla disponibilità della ricchezza.
- Sponsorizzazione di un Master Universitario di Primo Livello in "Ingegneria della saldatura", promosso dal Dipartimento di Ingegneria dell'Ambiente e per lo Sviluppo Sostenibile (DIASS) del Politecnico di Bari e dalla Welding Engineering Center - WEC srl (Società Spin Off del Politecnico di Bari), in collaborazione con l'Istituto Italiano della Saldatura di Genova.

ELABORATO VINCITORE DEL CONCORSO "SE POTESSI AVERE..."

Se potessi avere un mondo migliore lo vorrei con più pace, amore e tolleranza..

Vorrei che la gente fosse meno superficiale, e i valori della famiglia considerati con più serietà; mi piacerebbe che le giovani coppie non considerassero i figli come un peso economico che si mettessero al mondo più bambini per amore, mi piacerebbe non dover sentire più notizie come quella del piccolo Tommy o di tante madri che sopprimono i bambini appena nati.

Questi eventi potrebbero essere cancellati, se solo le madri non si sentissero sole e in difficoltà nel crescere i propri figli, se solo la gente fosse meno egoista e imparasse ad amare più il prossimo.

Per un mondo migliore c'è bisogno di inculcare nella gente e soprattutto nei genitori un modo di essere che aiuti ad essere più fraterni ed umani; c'è bisogno di diffondere continuamente messaggi di pace e amore.

Per un mondo migliore bisogna rispettare se stessi e gli altri, aiutare chi è povero, creare meno dislivelli tra ricchi e poveri, dare a tutti la possibilità di avere un lavoro dignitoso.

Per un mondo migliore bisogna rispettare la natura perché è l'ambiente in cui viviamo e se lo distruggiamo, annientiamo noi stessi.

Per un mondo migliore c'è bisogno di più amore verso chi è anziano, chi è solo, chi ha problemi di salute, chi ha un handicap e verso tutta la gente in genere perché un uomo che riceve amore si sente felice, perché ciò che rende veramente felice un uomo non è il denaro ma l'amore di chi gli sta vicino.

Questi sono i miei sogni di tredicenne e i comportamenti che ritengo siano importanti per costruire un mondo migliore ma molte volte vedo che siamo distratti da cose futili e da problemi vani che perdiamo di vista le cose veramente importanti.

Antonella Vitale 2^A A

TURISMO E TERRITORIO

La Banca nel corso del 2006 ha partecipato a numerose iniziative che l'hanno vista promotrice dello sviluppo economico e sociale del territorio, tra queste ricordiamo:

Turismo e Territorio

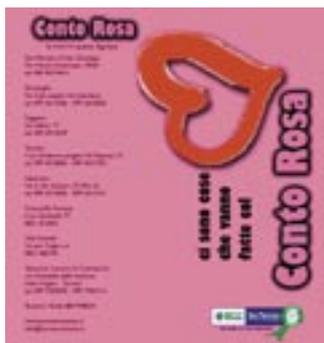


- Nell'ambito della valorizzazione del territorio la Banca ha partecipato al finanziamento per la realizzazione a Grottaglie della nuova piazza dedicata al Santo gesuita grottagliese San Francesco De Geronimo.
- Sottoscrizione di una convenzione tra INTERFIDI Consorzio di Garanzia Collettiva Fidi e BCC a sostegno delle imprese ioniche, che prevede finanziamenti a condizioni vantaggiose e sostegno nelle fasi di ricapitalizzazione e di start-up.
- Costituito in Confindustria Taranto il Gruppo del Credito e Assicurazioni cui partecipa la Banca (coordinatore del gruppo di lavoro è il Direttore Generale), l'iniziativa che rafforza il rapporto sul territorio fra il sistema industriale e quello del credito in generale, entrambi orientati ad intraprendere un comune percorso verso lo sviluppo socio-economico del territorio.
- Installazione di uno sportello bancomat presso l'aeroporto Arlotta di Grottaglie, sottoposto a notevoli lavori di ampliamento e ristrutturazione per ospitare i nuovi impianti di produzione dell'Alenia.
- Acquisizione di una partecipazione in FININDUSTRIA, holding di partecipazione di Confindustria Taranto nelle PMI operanti in settori strategici di mercato nella provincia di Taranto .
- La ricorrenza dei cinquant'anni di fondazione della Banca è stata l'occasione per avviare una promozione del settore vinicolo territoriale su scala nazionale. E' stato infatti imbottigliato il "50 Anni", vino primitivo DOC distribuito in tutta Italia.

PARI OPPORTUNITA'

Particolare attenzione nel 2006 è stata rivolta all'argomento dell'imprenditorialità femminile.

Pari Opportunità



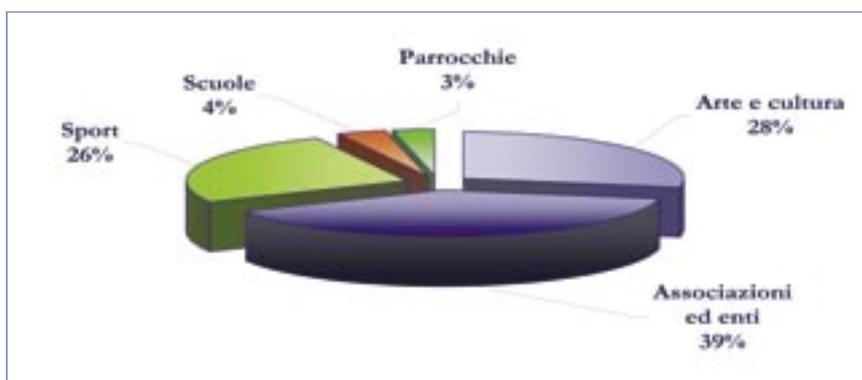
- Organizzazione, su iniziativa del Comitato per l'imprenditoria femminile della Camera di Commercio di Taranto, di una serie di giornate formative, rivolte in particolare a imprenditrici ed aspiranti tali, relative alle tematiche connesse alla creazione di impresa e alla migliore gestione delle imprese esistenti.
- Convenzione stipulata con "Donne Impresa", movimento appartenente a Confartigianato Taranto, finalizzata all'accesso ad un fondo finanziario pattuito con la BCC di San Marzano di S.G. per sostenere, nel comprensorio ionico, progetti imprenditoriali di microimprese al femminile, sia in forma individuale che cooperativa.
- Nasce "Conto Rosa", un conto dalla parte delle donne che permette di accedere a finanziamenti agevolati per interventi estetici e di bellezza, compresi gli interventi chirurgici.

SPORT

Il 2006 ha visto la BCC San Marzano attenta al sostegno delle attività sportive, particolarmente quelle dei settori giovanili. Fra queste eccone alcune.

Sport	
	<ul style="list-style-type: none"> • Sponsorizzazione "CanoaGiovani", gara nazionale di canoa promossa dall'Associazione Taranto Canoa e patrocinata dalla FICK Federazione Italiana Canoa e Kayak, dall'Assonautica Regionale, dall'Assonautica di Taranto e dall'Aeronautica militare.
	<ul style="list-style-type: none"> • Assegnazione, nell'ambito dei festeggiamenti del Cinquantenario, dell'omonimo Trofeo di Volley. A portarlo a casa, al termine di un avvincente triangolare, la formazione delle ragazze di San Marzano di San Giuseppe.
	<ul style="list-style-type: none"> • Trofeo del Cinquantenario di Motocross Categoria Enduro. Nell'ambito del campionato interregionale Puglia-Calabria, sotto la spinta della Federazione Motociclistica Italiana e con l'organizzazione del Moto Club Grottaglie, si è svolta la seconda tappa del circuito, che ha assegnato, quale premio più importante il Trofeo del Cinquantenario BCC San Marzano di San Giuseppe. Ad aggiudicarsi la prestigiosa opera in ceramica è stato il pilota Vito Cardone del Moto Club Martina Franca. • Sponsorizzazione dell'incontro per il titolo mondiale IKC (Europea dell'Est e Paesi Bassi) di kick boxing tra i grottagliese Nicola Carlucci, già campione mondiale USKBA (Federazione USA) e il polacco Iacek Moiski. • Sponsorizzazione della squadra di calcio maschile "Taranto Sport" promossa nel campionato 2005/2006 alla serie C1. • Le politiche di sostegno allo sport, hanno riguardato soprattutto società sportive senza fine di lucro e con obiettivi marcatamente sociali. In quest'ottica rientrano le attività realizzate in collaborazione con il San Marzano Calcio e il Gruppo Sportivo Scintille Calcio Grottaglie.

Elargizioni e liberalità per settore



PREMI E RICONOSCIMENTI

La BCC di San Marzano di San Giuseppe, nel corso del 2006 ha ricevuto diversi premi e riconoscimenti, fra questi ricordiamo:

Premi e Riconoscimenti Ricevuti



- Premio speciale "L'ulivo d'oro" per l'attività svolta dalla Banca particolarmente attiva e sensibile alle richieste del territorio nei suoi 50 anni di attività. Il premio, promosso dall'Associazione culturale "L'Ulivo", viene assegnato a Francavilla Fontana con l'adesione della Presidenza della Repubblica Italiana e con il patrocinio della Presidenza del Governo Regionale, dell'Amministrazione Provinciale di Brindisi e dell'Amministrazione comunale e della Camera di Commercio di Brindisi.



- Nell'ambito della XIV edizione del Concorso Nazionale di Poesia, Narrativa e storia locale "Satùro d'argento" è stato conferito il Premio speciale al Presidente della BCC di San Marzano di S.G., dedicato a quanti, uomini e istituzioni, hanno profuso impegno nel territorio.



- Certificato d'Apprezzamento conferito dal Rotary International alla Banca per i suoi 50 anni d'attività e la vicinanza al territorio.



- Premio Speciale di Confindustria Taranto per il sostegno alle aziende turistiche e agroalimentari.

- Premio "Delfino d'Argento" assegnato nell'ambito della manifestazione "Portici d'Estate" per l'importante ruolo che la Banca sta svolgendo per lo sviluppo del territorio.

- Premio assegnato da Confindustria nell'ambito del "Awards for Excellence", ovvero le aziende italiane che lavorano per l'eccellenza



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

I clienti della Banca, dall'ultimo trimestre 2006, ricevono tutte le comunicazioni (estratti conto, documenti di sintesi, ...) su carta riciclata.

Inoltre, l'attenzione del personale dipendente verso problematiche di natura ambientale, ha acuito il senso del risparmio, riciclando la carta bianca, fino al suo completo utilizzo.

La Banca anche nel 2006 è partner di "Agenda 21", progetto che vede agire in maniera sinergica i comuni di Grottaglie e Monteiasi nell'ambito della ricerca di idee concrete per lo sviluppo sostenibile.

3.7.4 Eventuali certificazioni ambientali

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

3.7.5 Aspetti diretti di performance ambientali

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

Energia elettrica			
	2004	2005	2006
kwh annui	321.872	376.488	461.488
kwh annui / n. medio addetti	6.706	7.240	8.096

Nel 2006 il consumo di energia elettrica per dipendente è aumentato rispetto al 2005, in seguito alle maggiori dimensioni, all'aumentata operatività e all'incremento del numero medio del personale della Banca.

Carta			
	2004	2005	2006
kg anno	5.110	5.112	5.840
kg anno / n. medio addetti	106	98	102

3.7.6 Contenzioso e litigiosità

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

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

3.7.7 Qualificazione dei Media utilizzati

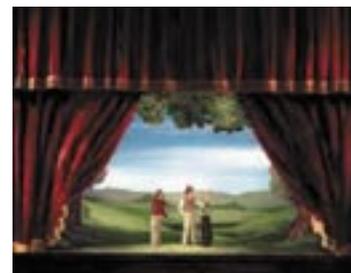
Nell'ambito del rapporto con il Territorio un ruolo molto importante è ricoperto dai Media. Giornali, radio, televisioni, portali internet, grazie alla loro collaborazione si è potuto veicolare verso l'esterno tutta la comunicazione della Banca tesa a promuovere e a far conoscere non solo l'attività economico-finanziaria, ma anche e sempre più spesso, le iniziative sociali, culturali e di promozione del patrimonio locale. Grazie alla collaborazione e al contributo dei Media territoriali si è potuto conseguire l'importante obiettivo di consolidare l'immagine della Banca.

Nel 2006 l'ammontare complessivo delle spese di pubblicità sostenute dalla BCC di San Marzano di S.G. ammonta a 80 mila euro.

SLOGAN

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;



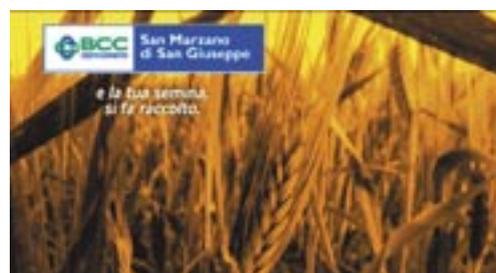
Nel 2006 sono stati divulgati una serie di messaggi con finalità di tipo socio-economiche, alcuni di questi sono: **“Ogni giorno apriamo 3.700 sportelli alle donne italiane. Poi dicono che la cavalleria è morta”;**

“Per il mercato ogni cosa ha un prezzo. Per noi, ogni cosa ha un valore”;

“Per prendere l'economia di punta bisogna far leva su tutto lo stivale”;

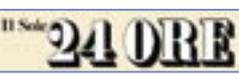
“Si chiama credito da quando qualcuno che crede in ciò che fa ha deciso di credere anche in ciò che fanno gli altri”.

A sostegno della campagna pubblicitaria nazionale, anche nel 2006, la Banca ha promosso per il secondo anno, due campagne televisive, la prima di tipo istituzionale, la seconda con i propri clienti. Imprenditori, agricoltori, commercianti, professionisti, giovani, hanno sottolineato la scelta importante di sposare una banca per quello che è e per come agisce nei confronti dei risparmiatori e del territorio.



I principali media utilizzati nel 2006 sono stati i seguenti:

Principali media utilizzati	
Emittenti televisive	
     	<p>Antennasud</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emittente televisiva regionale <p>BS Television</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emittente televisiva inprovinciale <p>Studio 100</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emittente televisiva inprovinciale e satellitare <p>TBM Taranto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emittente televisiva regionale <p>Telenorba</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emittente televisiva interregionale <p>Teledue</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emittente televisiva interregionale <p>Telepuglia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emittente televisiva interregionale <p>Telerama</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emittente televisiva inprovinciale
Emittenti radiofoniche	
     	<p>Primaveradio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emittente radiofonica provinciale <p>Publiradio network</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emittente radiofonica provinciale <p>Radio Cittadella</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emittente radiofonica provinciale <p>Radio Delta 1 Stereo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emittente radiofonica provinciale <p>Radio Lattemiele</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emittente radiofonica provinciale <p>Studio 100 Radio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emittente radiofonica provinciale
Testate Territoriali	
 	<p>Corriere del Giorno</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quotidiano del mattino provinciale <p>Gazzetta del Mezzogiorno</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quotidiano del mattino interregionale

	<p>Pubblinews</p> <ul style="list-style-type: none"> • Settimanale free-press
	<p>Puglia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quotidiano del mattino regionale
	<p>Puglia Press</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quotidiano del mattino interprovinciale free-press
	<p>Nuovo Quotidiano di Puglia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quotidiano del mattino interprovinciale
	<p>Taranto sera</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quotidiano della sera provinciale
	<p>Taranto Oggi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quotidiano del mattino provinciale
<p>Edizioni regionali di quotidiani nazionali</p>	
 	<p>Corriere del Mezzogiorno</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quotidiano del mattino interregionale, allegato in panino al Corriere della Sera
<p>Quotidiani nazionali</p>	
	<p>Il Sole 24 ore</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quotidiano del mattino nazionale
<p>Testate on line</p>	
 	<p>www.gudi.it</p> <ul style="list-style-type: none"> • Portale informativo provinciale <p>www.quipuglia.it</p> <ul style="list-style-type: none"> • Portale informativo interprovinciale
<p>Settimanali</p>	
	<p>La Gazzetta dell'economia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Settimanale di economia interregionale
<p>Testate del Credito Cooperativo</p>	
	<p>Credito Cooperativo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mensile edito da Federcasse
	<p>Flash</p> <ul style="list-style-type: none"> • News letter edito da Federcasse

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

3.7.8 Obiettivi

Nel corso del 2006, il sito internet della Banca è diventato un vero e proprio punto di riferimento per i Clienti, ma anche per i Navigatori. E' stata portata a conclusione la prima fase del restyling che ha arricchito il portale con nuove sezioni, a cominciare dalla Rassegna Stampa online, attraverso la quale la Banca mette in rilievo l'attività sul territorio. Particolarmente ricca e aggiornata è la sezione News con gli eventi che riguardano da vicino le molteplici attività della BCC San Marzano di San Giuseppe.

Il tutto è stato reso possibile grazie alla stretta sinergia del nostro Ufficio Marketing e Comunicazione con la società Auriganet S.r.l., la società che gestisce in outsourcing i servizi informatici.

Alla sezione Sportello Aperto (che contiene tutti i numeri del nostro giornale in versione pdf) è stata aggiunta quella Sportello Aperto Online, nella quale sono raccolte le newsletter telematiche inviate agli iscritti al database.

La novità assoluta, però per il 2006, resta il varo del sistema RSS (Really Simple Syndication), attraverso il quale chiunque abbia un computer (attraverso un programma scaricabile gratuitamente e in maniera semplice) può essere aggiornato in tempo reale in maniera automatica sulle novità provenienti dalla Banca.

L'interesse suscitato dal sito della BCC di San Marzano di S.G. può essere misurato dal seguente prospetto riepilogativo in cui sono evidenziati i numeri che lo hanno caratterizzato nel corso dell'anno.

Statistiche Sito	1° Semestre 2006	2° Semestre 2006	Totale
Visite			
Visite Totali	779.514	650.590	1.430.104
Media Visite per Giorno	4.306	3.535	3.921
Pagine Viste			
Pagine Viste Totali	183.148	172.008	355.156
Visitatori			
Visitatori Totali	31.593	13.799	45.392
Media Visitatori per Giorno	174	74	124

3.7.9 Caratteristiche ed analisi dei “contatti”

Nel corso del 2006 la Banca ha offerto alla clientela (suddivisa tra Privati e Imprese) i seguenti servizi di virtual banking:

	<p>Simply Bank Web</p> <p>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.</p>
	<p>Simply Bank Aziende</p> <p>È un sistema di Corporate Banking che consente alle aziende clienti di effettuare le operazioni bancarie attraverso il proprio computer, senza recarsi in agenzia, ma restando nel proprio ufficio (nel settore Imprese si è riscontrato un crescente interesse per i servizi informativi e dispositivi in particolare per quelli di incasso e pagamento elettronici).</p>
	<p>Simply SMS</p> <p>È un nuovo canale (realizzato in collaborazione con Auriga Informatica) che consente la comunicazione Banca/cliente tramite cellulare GSM e offre al cliente la possibilità di ricevere informazioni sui propri conti correnti a cadenza prestabilita o a richiesta.</p>
	<p>Multi media Banking</p> <p>È una procedura che consente di gestire chioschi multimediali, dislocati all'interno delle filiali della Banca, da cui effettuare tutte le operazioni bancarie, potendo interagire in maniera personalizzata.</p>
	<p>Directa Trading on line</p> <p>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.</p>

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:

Canale Virtuale	Servizio di Sicurezza
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 2006 sono stati 538.

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

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

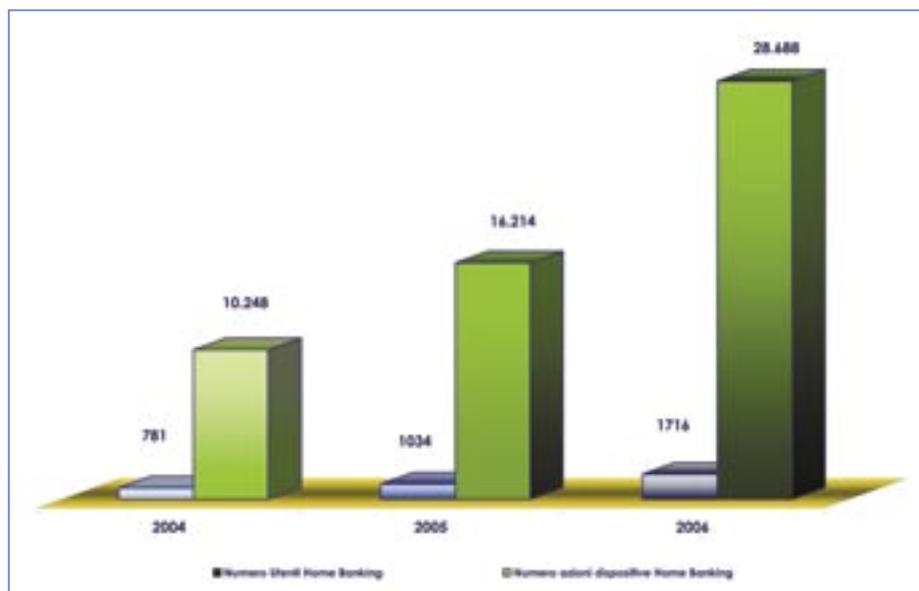
In virtù dell'importanza data al "Virtual Banking", la BCC di San Marzano di S.G. ha consolidato nel 2006 l'accordo stipulato nel 2002 con Directa, la prima SIM italiana interamente telematica, per consentire ai clienti l'utilizzo del servizio di trading on line, dando così la possibilità di operare sulla Borsa italiana e sui mercati USA direttamente da casa via Internet o tramite cellulare GSM. Nell'anno 2006 sono state eseguite da 44 clienti (36 nel 2005) con la controparte Directa Sim 18.837 operazioni (20.616 nel 2005)

I volumi scambiati (valore nominale) sono stati pari a 524.384.037 nel 2006 (578.728.806 nel 2005).

3.7.12 Azioni di sensibilizzazione alla cultura dell'Information Technology

La sensibilizzazione della clientela alla cultura dell'HomeBanking è proseguita anche nel 2006, soprattutto in conseguenza alle disposizioni di legge in materia di pagamento di deleghe (Decreto Bersani). Il numero dei contratti HomeBanking stipulati dalla Banca si è incrementato del 65,96% rispetto al 2005 (32,39% nel 2005). Anche il numero delle azioni dispositive si è incrementato del 76,93% rispetto al 2005 (58,22 nel 2005).

Numero di azioni dispositive Home Banking



3.7.13 Contenzioso e litigiosità

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

4. Sistema di rilevazione del consenso

Anche nel 2006 la Banca ha adottato un sistema di rilevazione del consenso basato su un questionario di valutazione del Bilancio Sociale dell'anno 2005, il questionario è stato sottoposto sia agli stakeholder interni che quelli esterni.

Il sistema di rilevazione del consenso si pone l'obiettivo di valutare:

- il livello di condivisione in merito allo strumento del Bilancio Sociale ed alla sua capacità di aumentare il livello di conoscenza della realtà aziendale;
- il livello di coerenza delle scelte di gestione rispetto ai valori dichiarati ed alle aspettative legittime dei portatori di interesse.

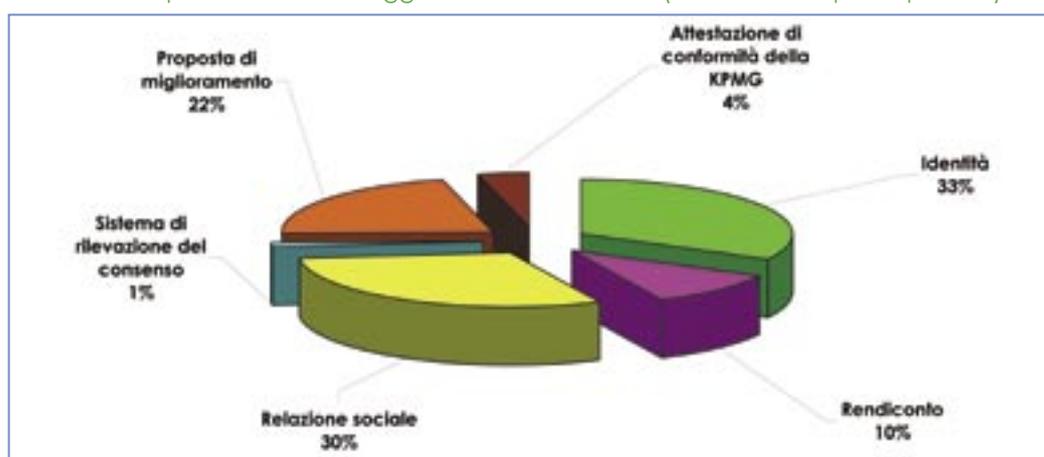
Inoltre, il sistema di rilevazione del consenso rappresenta anche un modo di partecipazione alla vita della Banca in quanto è data la possibilità a tutti coloro che rispondono al questionario di esprimere suggerimenti su iniziative nell'ambito della responsabilità sociale della Banca.

Di seguito si riportano i risultati della rilevazione del consenso distinti per categoria di stakeholder (interni ed esterni).

Stakeholder interni

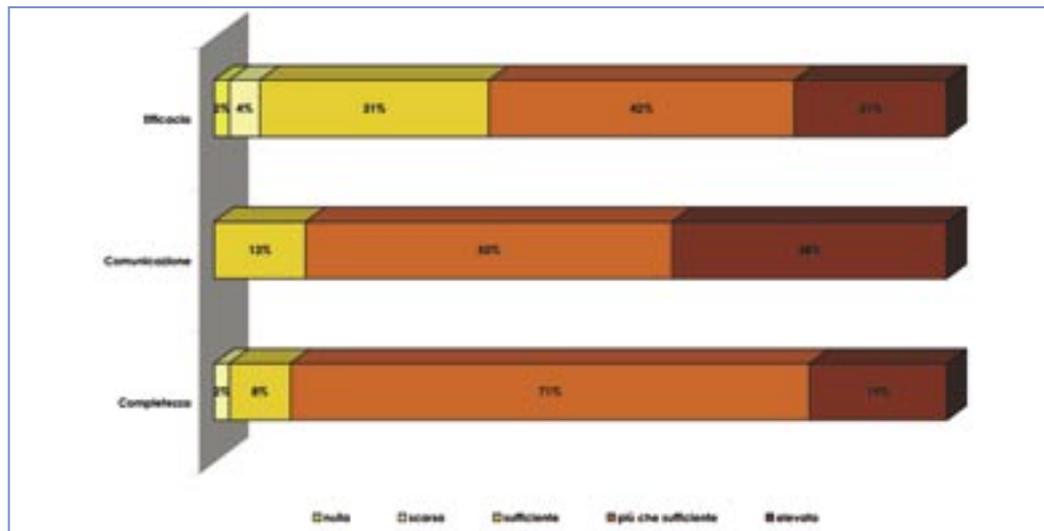
Il questionario è stato somministrato a tutto il personale dipendente, il quale ha risposto nella misura del 78,69% (73,58% nell'anno precedente).

Quali capitoli sono stati maggiormente interessanti (massimo tre opzioni possibili)



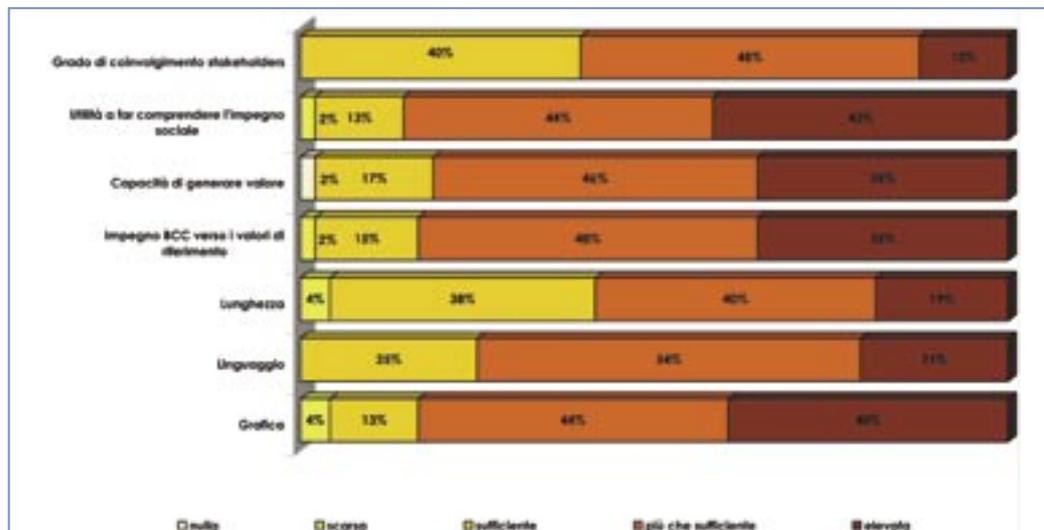
Di seguito sono riportati i grafici che sintetizzano i giudizi espressi dai dipendenti con riferimento alla qualità e leggibilità del bilancio. Emerge un giudizio positivo, ma anche un'attenzione da parte di alcuni dipendenti nel rilevare aspetti oggetto di potenziale miglioramento.

Giudizio sulla qualità del Bilancio Sociale 2005



Rispetto ai dati raccolti nel 2005, relativi alla valutazione del Bilancio Sociale 2004, i giudizi positivi mantengono la stessa proporzione sul totale dei giudizi raccolti; si rileva altresì un aumento in termini positivi del giudizio sul livello di completezza raggiunto dal Bilancio Sociale

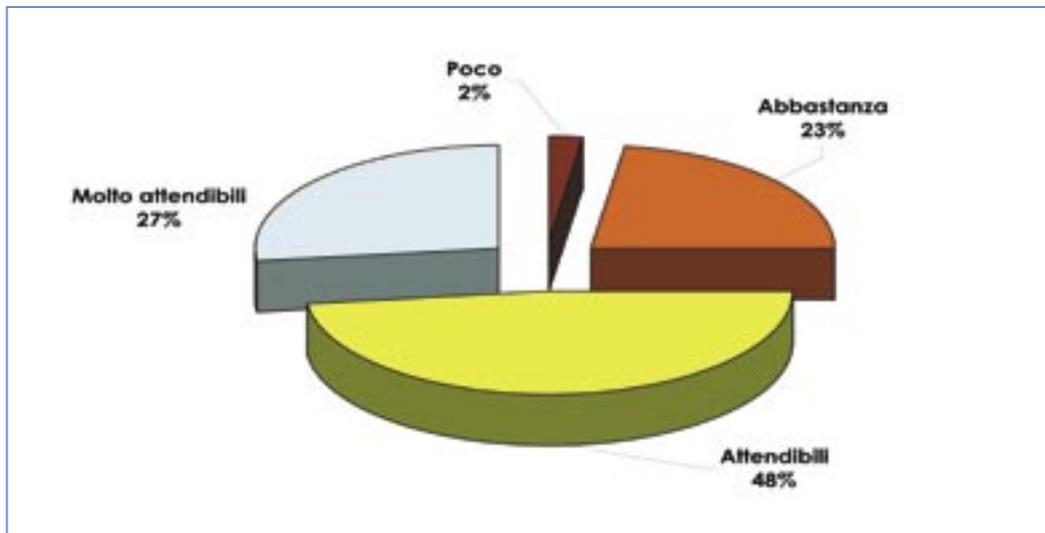
Giudizio sulla leggibilità del Bilancio Sociale 2005



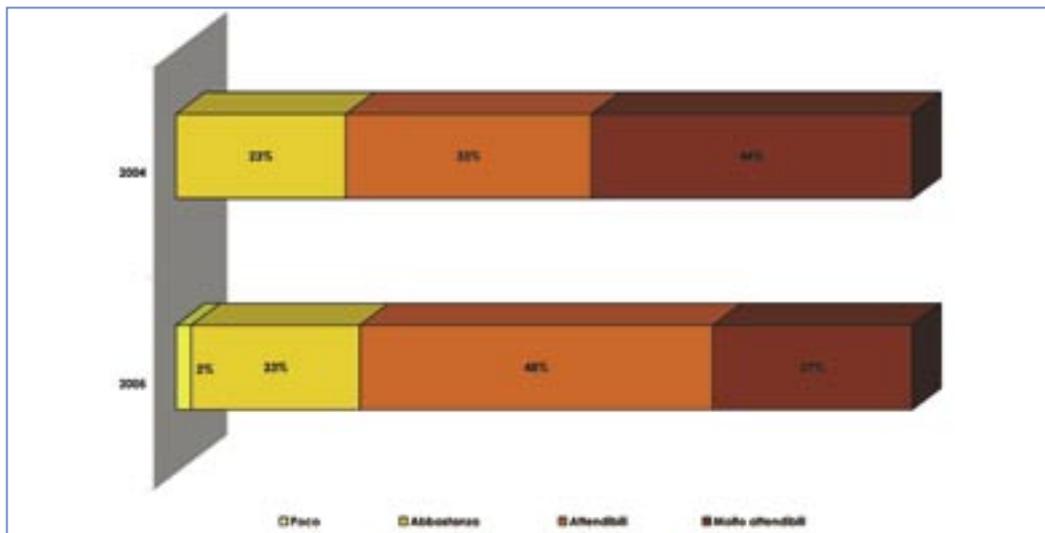
Anche in questo caso come per i dati raccolti nel 2005, relativi alla valutazione del Bilancio Sociale 2004, i giudizi positivi mantengono una proporzione molto simile sul totale dei giudizi raccolti. Si rileva un aumento in termini positivi del giudizio in merito al grado di coinvolgimento degli stakeholder.

In termini di coerenza delle informazioni contenute nel Bilancio Sociale rispetto alle conoscenze personali del dipendente emerge la prevalenza di un giudizio positivo, come evidenziato nel grafico seguente:

Coerenza del Bilancio Sociale con le conoscenze personali degli intervistati relativamente alla Banca

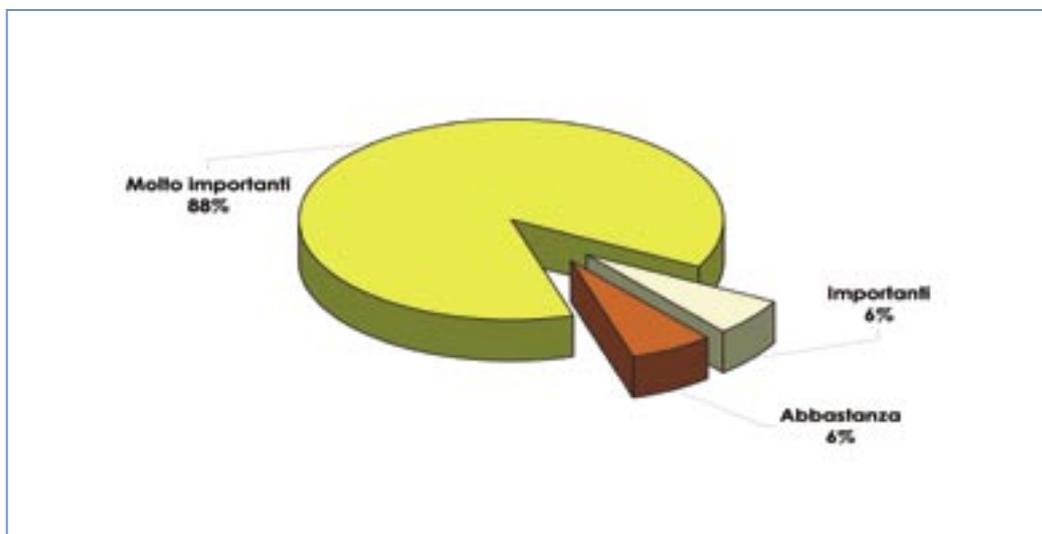


Coerenza del bilancio con le conoscenze personali degli intervistati relativamente alla Banca - Confronto Bilancio Sociale 2004 e 2005

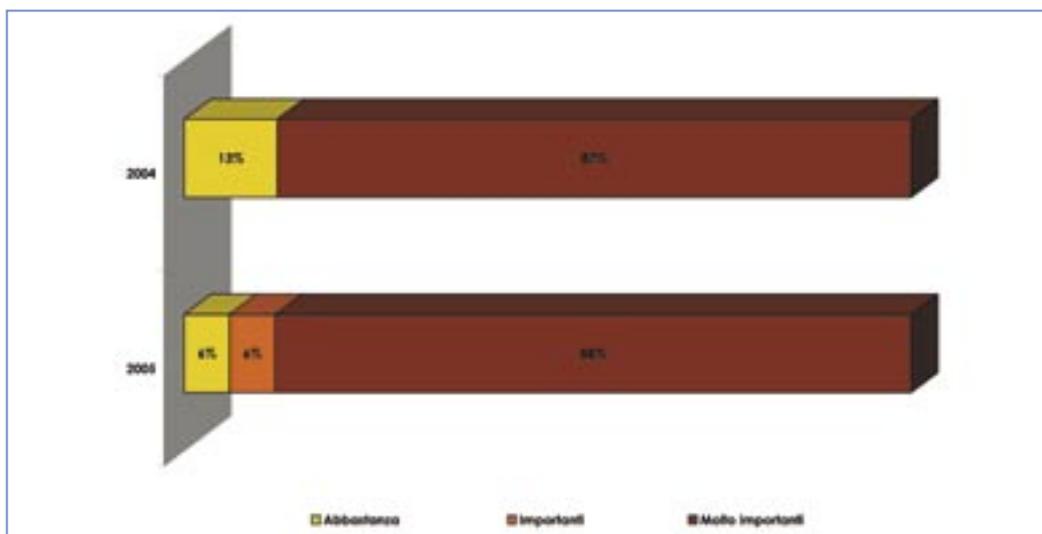


Inoltre l'88% dei dipendenti che hanno risposto ritiene molto importante l'impegno della Banca al miglioramento dei rapporti con i propri interlocutori (dipendenti, soci, clienti, fornitori, istituzioni, collettività, ecc.).

Quant'è importante che un'impresa si impegni per migliorare il rapporto con gli stakeholder

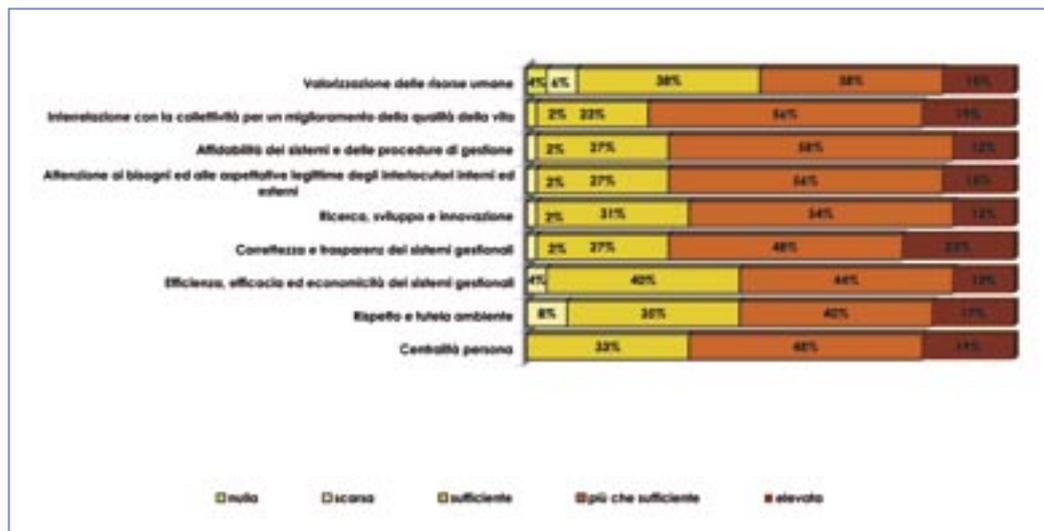


Quant'è importante che un'impresa si impegni per migliorare il rapporto con gli stakeholder - Confronto Bilancio Sociale 2004 e 2005



Con riferimento al giudizio espresso sul livello di coerenza dei comportamenti della Banca rispetto ai valori dichiarati nel Bilancio Sociale, la quasi totalità delle risposte evidenzia un giudizio positivo. Si rileva, tuttavia, l'opinione da parte di alcuni dipendenti della necessità di un impegno maggiore da parte della Banca nella valorizzazione delle risorse umane e del rispetto dell'ambiente.

Coerenza del Bilancio Sociale 2005 con i Valori Aziendali



Il questionario prevede anche una sezione nella quale il dipendente può suggerire alla Banca iniziative e miglioramenti nell'ambito della responsabilità sociale. I principali suggerimenti sono di seguito riportati:

Tra gli argomenti che i dipendenti vorrebbero fossero trattati nel prossimo Bilancio Sociale emergono i seguenti:

- tematiche ambientali, risparmio energetico e utilizzo di fonti rinnovabili di energia;
- contributo dei dipendenti alla crescita della Banca;
- il capitale umano come patrimonio;
- ruolo svolto dalla Banca per lo sviluppo del territorio;
- testimonianze degli stakeholder, in particolare imprenditori di successo, da cui emerga il rapporto con la Banca e il contributo fornito dalla stessa alla realizzazione dei loro progetti;
- sviluppi futuri, obiettivi e aspetti negativi della Banca.

Tra le iniziative che i dipendenti vorrebbero fossero attuate in termini di responsabilità sociale emergono le seguenti:

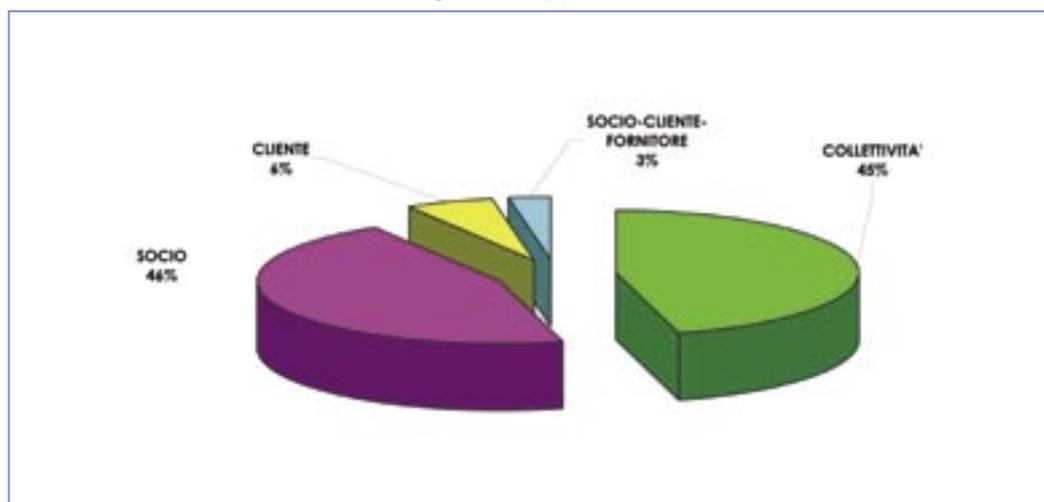
- maggiori sinergie con le associazioni di volontariato;
- finanziamenti per la realizzazione di fonti rinnovabili di energia;
- sostegno all'imprenditoria giovanile;
- sostegno all'imprenditoria femminile;
- investimenti che contribuiscano alla crescita delle aziende e delle famiglie e allo sviluppo socio economico del territorio.

Stakeholder esterni

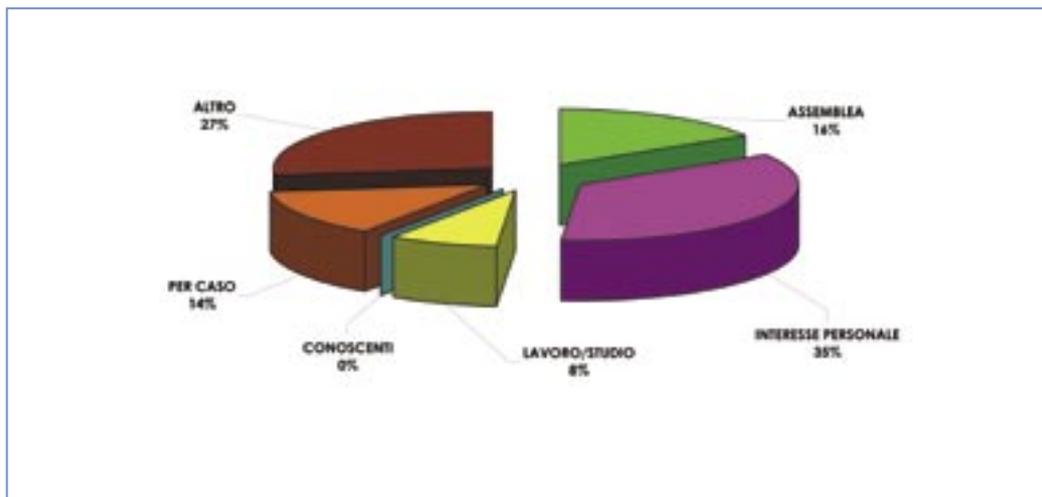
Per la prima volta il Bilancio Sociale è stato sottoposto al giudizio da un ristretto numero di Stakeholder esterni attraverso un questionario - intervista compilato in filiale da soggetti appartenenti a diverse categorie di portatori di interesse che si sono presentate presso le Filiali della Banca, durante i giorni di predisposizione del Bilancio Sociale.

Le categorie di appartenenza degli intervistati e come gli stessi siano venuti in possesso del Bilancio Sociale 2005 sono indicate dai grafici che seguono.

Categoria di Appartenenza

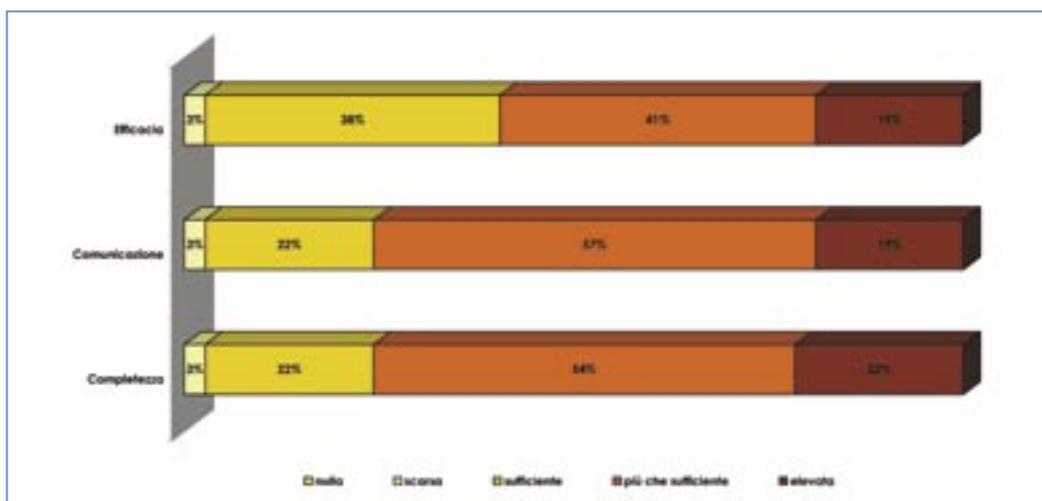


Come gli intervistati sono venuti in possesso del Bilancio Sociale 2006

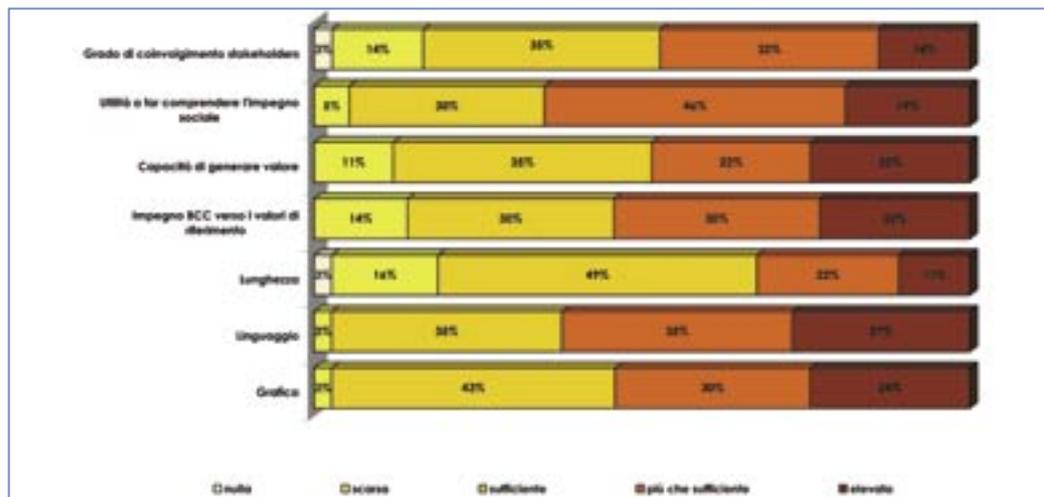


I grafici che seguono sintetizzano i giudizi espressi dagli stakeholder con riferimento alla qualità e leggibilità del bilancio. Emerge un giudizio sostanzialmente positivo, ma, come logico attendersi, caratterizzato da una ancor maggiore attenzione nel rilevare aspetti oggetto di potenziale miglioramento rispetto al precedente caso degli interlocutori interni.

Giudizio sulla qualità del Bilancio Sociale 2005

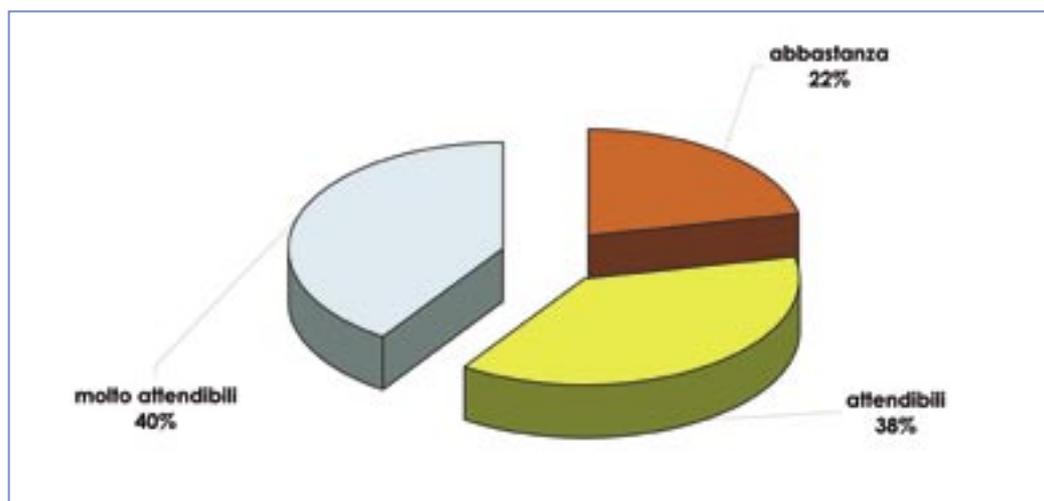


Giudizio sulla leggibilità del Bilancio Sociale 2005



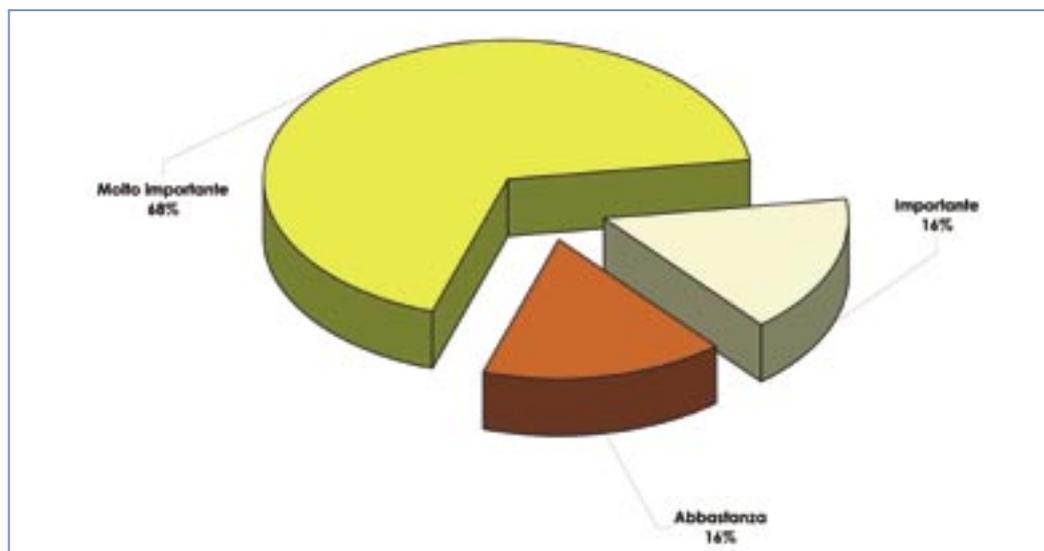
In termini di coerenza delle informazioni contenute nel Bilancio Sociale rispetto alle conoscenze personali degli intervistati si rileva la prevalenza di un giudizio positivo, come evidenzia il grafico seguente:

Coerenza del Bilancio Sociale con le conoscenze personali degli intervistati relativamente alla Banca



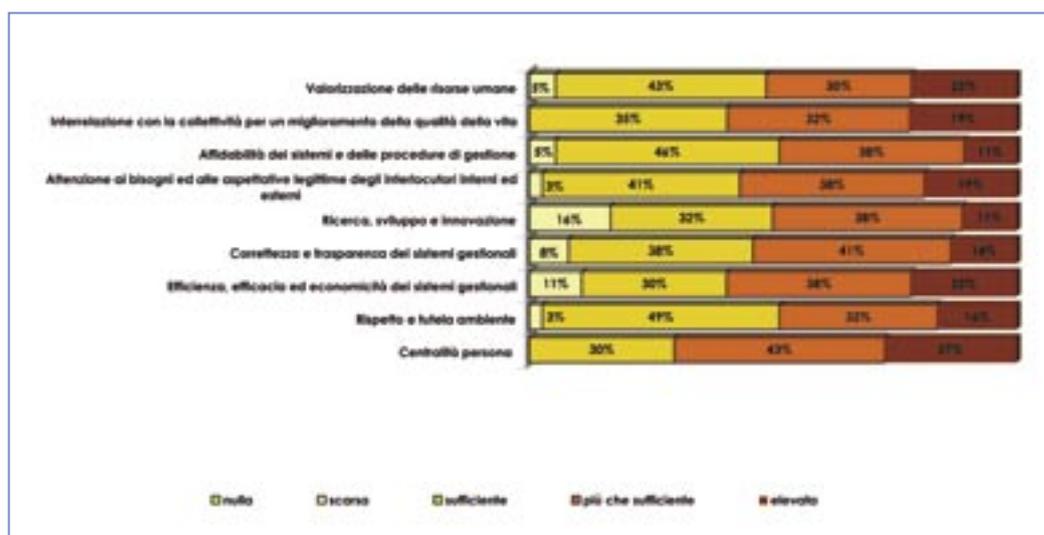
Inoltre l'68% degli intervistati ritiene che sia molto importante l'impegno della Banca al miglioramento dei rapporti con i propri interlocutori (dipendenti, soci, clienti, fornitori, istituzioni, collettività, ecc.).

Quant'è importante che un'impresa si impegni per migliorare il rapporto con gli stakeholder



La maggioranza delle risposte evidenzia un giudizio positivo sul grado di coerenza dei comportamenti della Banca rispetto ai valori dichiarati nel Bilancio Sociale. Alcuni intervistati, tuttavia, ritengono che la Banca debba essere più impegnata verso la ricerca e lo sviluppo, verso l'efficacia, l'efficienza e l'economicità, verso la correttezza, la trasparenza e l'affidabilità dei sistemi gestionali e infine verso la valorizzazione delle risorse umane.

Coerenza del Bilancio Sociale 2005 con i Valori Aziendali



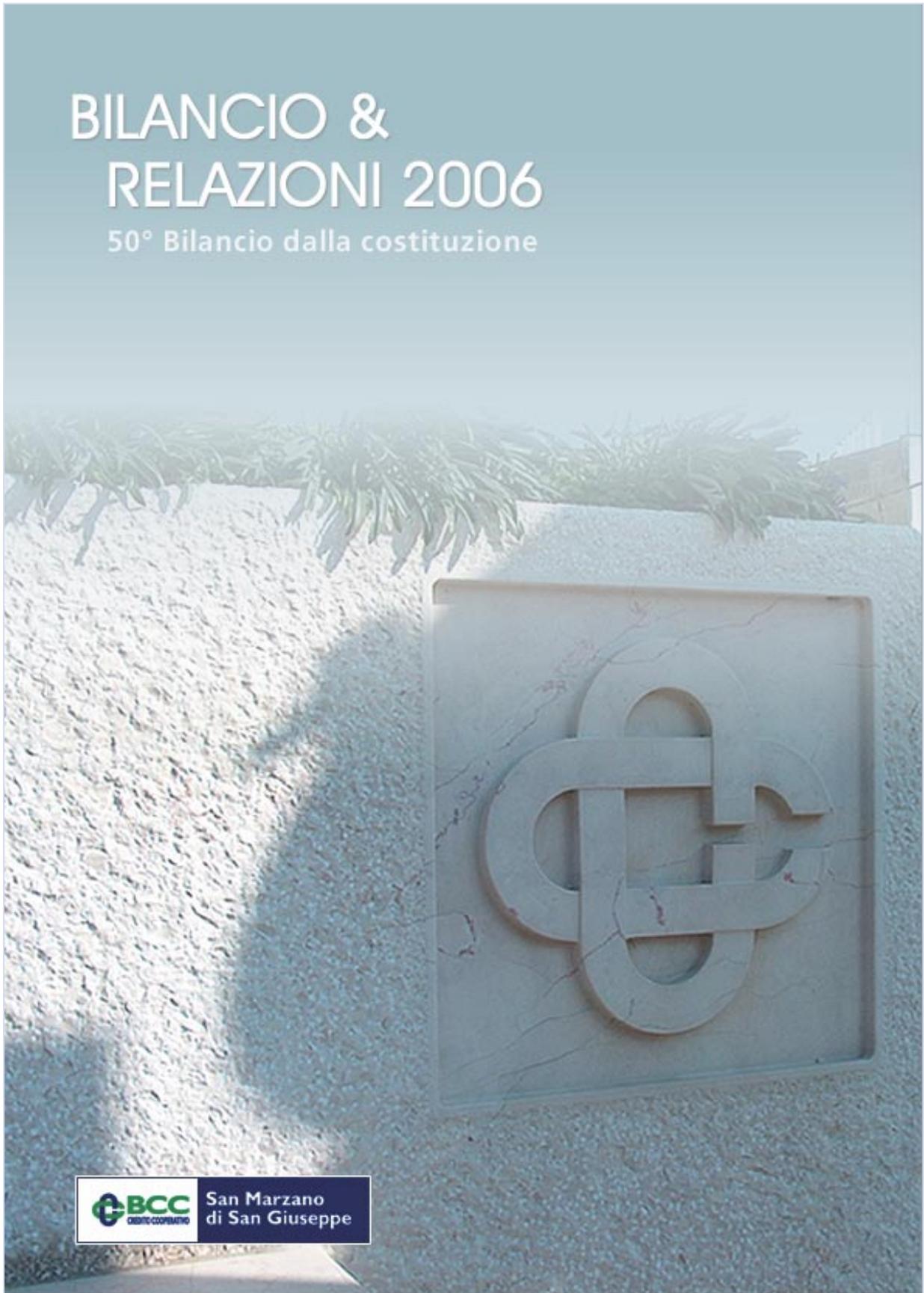
5. Proposta di miglioramento futuro

Nel 2006 la Banca ha orientato le proprie scelte aziendali sulla base di una crescente attenzione allo sviluppo sostenibile; ciò comporta un maggiore impegno verso il rispetto della persona e dell'ambiente. Alla luce di tale orientamento la Banca, nel perseguire il proprio disegno strategico, intende porre in essere i seguenti miglioramenti nella gestione sociale ed ambientale:

Gestione	Impegno al miglioramento
Sociale	<p>Sviluppare ulteriori miglioramenti al sistema di incentivazione e valorizzazione del personale dipendente, in linea con le politiche di fidelizzazione e motivazione rivolte ai dipendenti della Banca.</p> <p>Sviluppare ulteriori piani formativi nei confronti dei dipendenti al fine di elevare le competenze tecniche e migliorare la qualità dei servizi offerti sul territorio.</p> <p>Migliorare il sistema dei rapporti interpersonali e la comunicazione tra le diverse funzioni attraverso iniziative interne ed esterne al luogo di lavoro.</p> <p>Continuare nello sviluppo dell'attività in tema di sicurezza informatica al fine di garantire la massima efficienza e sicurezza dei servizi di virtual banking offerti alla clientela.</p> <p>Sviluppare ulteriori iniziative a favore dell'imprenditoria femminile e favorire accordi con le associazioni di categoria.</p> <p>Incentivare iniziative di imprenditoria giovanile attraverso il finanziamento agevolato.</p> <p>Portare avanti un'insieme coordinato di iniziative che qualificano la BCC di San Marzano di S.G. come la "Banca di sviluppo" del proprio territorio.</p> <p>Promuovere iniziative di formazione nei confronti di studenti di scuola superiore e universitari frequentanti istituti del territorio.</p>
Ambiente	<p>Finanziare progetti per lo sviluppo e la produzione di fonti energetiche alternative quali soprattutto il fotovoltaico e l'energia eolica.</p> <p>Rafforzare le certificazioni ambientali tra i criteri di scelta dei fornitori.</p> <p>Impegnarsi nell'attività convegnoistica di sensibilizzazione delle problematiche ambientali.</p> <p>Continuare nell'impegno di finanziamento di progetti di sviluppo sostenibile del turismo di qualità e recupero della costa ionico-salentina.</p>

BILANCIO & RELAZIONI 2006

50° Bilancio dalla costituzione



 **BCC**
Banco di Credito Cooperativo
San Marzano
di San Giuseppe

6. Appendice

Conto economico riclassificato		
	2005	2006
Interessi attivi e proventi assimilati	8.454.241	10.520.329
interessi passivi e oneri assimilati	-2.180.436	-2.940.311
Margine d'interesse	6.273.805	7.580.018
Commissioni attive	1.903.116	2.239.023
Commissioni passive	-375.195	-437.521
Commissioni nette	1.527.921	1.801.502
Dividendi e proventi simili	42.259	20.630
Risultato netto dell'attività di negoziazione	-67.460	-290.724
Utili (perdite) da cessione o riacquisto di:	-	135.816
crediti	-	135.816
Risultato netto delle attività e passività finanziarie valutate al fair value	-1.581	-832
Margine di intermediazione	7.774.944	9.246.410
Rettifiche/riprese di valore nette per deterioramento di:	-352.828	-390.105
a) crediti	-378.651	-390.105
b) attività destinate alla vendita	25.823	-
Risultato netto della gestione finanziaria	7.422.116	8.856.305
Spese amministrative:	-5.748.897	-6.756.905
a) spese per il personale	-2.993.540	-3.503.334
b) altre spese amministrative	-2.755.357	-3.253.571
Rettifiche/riprese di valore nette su attività materiali	-336.367	-360.949
Rettifiche/riprese di valore nette su attività immateriali	-6.165	-1.463
Altri proventi/oneri di gestione	1.065.731	1.197.492
Costi operativi	-5.025.698	-5.921.825
Utili (Perdita) da cessione di investimenti	-	-65.740
Utile (Perdita) della operatività corrente al lordo delle imposte	2.396.418	2.868.740
Imposte sul reddito dell'esercizio dell'operatività corrente	-597.075	-630.432
Utile (Perdita) della operatività corrente al netto delle imposte	1.799.343	2.238.308
Utile (Perdita) d'esercizio	1.799.343	2.238.308

Stato patrimoniale attivo

	2005	2006
Cassa e disponibilità liquide	3.082.379	3.268.279
Attività finanziarie detenute per la negoziazione	49.415.863	46.819.156
Attività finanziarie disponibili per la vendita	3.565.480	3.522.252
Crediti verso banche	28.661.445	44.425.274
Crediti verso clientela	102.276.814	120.779.498
Attività materiali	3.738.067	4.519.322
Attività immateriali di cui:	6.254	770
avviamento	-	-
Attività fiscali di cui:	777.208	764.721
correnti	399.027	517.815
anticipate	378.181	246.906
Altre attività	2.917.691	5.419.028
	-	-
Totale dell'attivo	194.441.201	229.518.300

Stato patrimoniale passivo

	2005	2006
Debiti verso banche	1.018.323	1.800.443
Debiti verso clientela	130.207.425	160.769.481
Titoli in circolazione	43.983.967	45.093.110
Passività finanziarie valutate al fair value	164.750	-
Passività fiscali	840.025	803.576
correnti	507.818	582.003
differite	332.207	221.573
Altre passività	2.724.190	3.391.410
Trattamento di fine rapporto del personale	454.603	455.430
Riserve da valutazione	373.201	316.785
Riserve	11.810.675	13.561.349
Sovrapprezzi di emissione	991.008	1.014.248
Capitale	73.695	74.160
Utile (Perdita) di esercizio	1.799.343	2.238.308
	-	-
Totale del passivo e del patrimonio netto	194.441.205	229.518.300

ABI	Associazione Bancaria Italiana, ente che rappresenta, tutela e promuove gli interessi del Sistema bancario e finanziario
ATM	Acronimo di Automatic Teller Machine, sportello automatico che permette al titolare di una carta di credito / debito di effettuare prelievi di contante, nonché di avere informazioni sulla propria situazione contabile
AWARDS FOR EXCELLENCE	Riconoscimento alle imprese eccellenti conferito da Confindustria
BANCA DI CREDITO COOPERATIVO	Banca con fini mutualistici non a scopo di lucro che concentra la propria attività sul territorio di appartenenza
BS7799	Politiche di sicurezza relative alle informazioni trattate
BUDGET OPERATIVO	Il budget è il bilancio di previsione, il budget operativo scende nei dettagli operativi della banca ed è costituito da una serie di budget settoriali di supporto
CANALE VIRTUALE	Percorso prestabilito tra due elaboratori non direttamente connessi tra loro
CONSOB	Commissione Nazionale per le Società e la Borsa si pone l'obiettivo di tutelare gli investitori e di garantire l'efficienza, la trasparenza e lo sviluppo del mercato mobiliare
RAPPORTO COINTESTATO	Rapporto intestato a due o più persone fisiche
CORPORATE BANKING	E' un servizio bancario telematico che consente ad un'azienda di poter effettuare operazioni bancarie direttamente, tramite i propri computer, con tutte le banche con le quali intrattiene rapporti
CUSTOMER SATISFACTION	Esprime la capacità di un'azienda di soddisfare le aspettative dei propri clienti
FINANCIAL HIGHLIGHTS	Principali informazioni di carattere finanziario
GBS	Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale la cui missione è lo sviluppo e la promozione della ricerca scientifica sul Bilancio Sociale e sulle tematiche inerenti ai processi di gestione responsabile di imprese al fine di favorire la diffusione della responsabilità sociale aziendale e la sua applicazione nel contesto nazionale ed internazionale
GOVERNANCE	Sistema di gestione, indirizzo e controllo esercitate dai dirigenti, dai responsabili e dall'assemblea
HOLDING	Società che detiene azioni di altre società , in modo tale da poterle controllare
HOME BANKING	Operazioni bancarie effettuate dai clienti degli istituti di credito tramite una connessione remota con la propria banca, funzionalità resasi possibile con la nascita e lo sviluppo di Internet e delle reti di telefonia cellulare
IAS/IFRS	Acronimo di International Accounting Standards/International Financial Reporting Standards, sono i Principi contabili internazionali finalizzati alla redazione del Bilancio di Esercizio
IBS	Istituto Europeo per il Bilancio Sociale
IMPIEGO	Finanziamenti che la banca concede alla clientela
INTRANET	Sistema telematico di collegamento effettuato con le stesse modalità di Internet, ma riservato a un circuito chiuso di utenti (all'interno di aziende, di strutture pubbliche, di organizzazioni di ricerca ecc.)
ISO	Organismo internazionale, composto da rappresentanze di organi nazionali, che per la definizione degli standard inerenti i modelli di Qualità Totale a livello mondiale
ISO 27001	Identifica una serie di norme internazionali che forniscono i requisiti di un Sistema di Gestione della Sicurezza nelle tecnologie dell'informazione (Information Security Management System - ISMS)
ISO 9000	Identifica una serie di norme e linee guida sviluppate dall'ISO (International Organization for Standardization), che propongono un sistema di gestione per la qualità, pensato per tenere sotto controllo i processi aziendali indirizzandoli alla soddisfazione del cliente
ISO 9001, ISO 9002	Certificazione del sistema di gestione per la qualità delle organizzazioni di tutti i settori produttivi e di tutte le dimensioni
ISO 9100	Lo standard AS/EN 9100 va indicato nelle forniture di beni e servizi inerente materiale aeronautico di provenienza dal mondo civile
ISO 14001	Norma internazionale di carattere volontario, applicabile a tutte le tipologie di imprese, che definisce come deve essere sviluppato un efficace sistema di gestione ambientale
LAVORO INTERINALE	Lavoro che si riferisce ad un interim, provvisorio
MARGINE DI INTERESSE	Rappresenta la differenza tra i ricavi e i costi di natura finanziaria (interessi attivi e passivi) imputabili direttamente all'attività di intermediazione creditizia della banca (raccolta da banche e dalla clientela, impieghi in prestiti, titoli e crediti interbancari)

MARGINE DI INTERMEDIAZIONE	Rappresenta la somma algebrica tra il margine di interesse e le commissioni nette (attive e passive) e i profitti (o le perdite) da operazioni finanziarie
OMBUDSMAN	Organismo costituito presso l'ABI con la finalità di dirimere le controversie sorte tra le aziende di credito e i loro utenti
PATRIMONIO DI VIGILANZA	Rappresenta il primo presidio a fronte dei rischi connessi con la complessiva attività bancaria. Esso costituisce il principale punto di riferimento per la valutazione della stabilità delle banche da parte dell'Organo di Vigilanza
PATRIMONIO NETTO	Esprime la consistenza patrimoniale dell'impresa, è l'insieme dei mezzi propri ed è costituito da: capitale sociale (valore delle azioni); riserve, utili da destinare
PMI	Acronimo di Piccole e Medie Imprese
POR	Acronimo di Programmi Operativi Regionali, insieme coordinato di finanziamenti pubblici (comunitari, nazionali e regionali) per la realizzazione di progetti finalizzati allo sviluppo di una determinata Regione
PROBIVIRI	Gli statuti delle società cooperative prevedono sovente un collegio dei probiviri, organo che assume il compito di risolvere eventuali controversie tra i soci. I probiviri (dal latino probi viri) sono i cosiddetti "uomini onesti", persone che, per particolare autorità morale, sono investite di poteri giudicanti e arbitrali sull'andamento di un'istituzione o associazione, sugli eventuali contrasti interni, sui rapporti con altri enti e simili
RACCOLTA DIRETTA	Raccolta di depositi o altri fondi con obbligo di restituzione presso il pubblico effettuata direttamente dalla banca
RACCOLTA INDIRETTA	Raccolta effettuata dalla banca per conto di altri gestori (Fondi comuni, Assicurazioni)
RATING	Valutazione del grado di rischio di inadempienza riguardante un determinato debitore, società o ente pubblico. Tale valutazione si concretizza in un giudizio sintetico espresso tramite valore convenzionale che riflette la classe di merito del debitore
ROA	Return On Assets (ROA) indice di bilancio che misura la redditività relativa al capitale investito o all'attività svolta
ROE	Return On Equity (ROE) indice di redditività del capitale proprio, viene misurato dal rapporto tra Utili netti di esercizio e patrimonio netto
SLOGAN	Frase sintetica, espressiva e facile a ricordarsi, usata per fini pubblicitari, di propaganda e di informazione
SMS BANKING	Consente di richiedere alla banca la comunicazione di dati relativi a propri rapporti mediante telefono cellulare GSM con funzione SMS (Short Message Service)
SOSTENIBILITA'	Lo sviluppo sostenibile è una forma di sviluppo (che comprende lo sviluppo economico, delle città, delle comunità ...) che non compromette la possibilità delle future generazioni di perdurare nello sviluppo preservando la qualità e la quantità del patrimonio e delle riserve naturali (che sono esauribili, mentre spesso le risorse sono considerabili inesauribili). L'obiettivo è di mantenere uno sviluppo economico compatibile con l'equità sociale e gli ecosistemi, operante quindi in regime di equilibrio ambientale
STAKEHOLDER	Portatori di interesse che a vario titolo interagiscono con l'attività dell'impresa, partecipando ai risultati, influenzandone le prestazioni, valutandone l'impatto economico, sociale e ambientale
TIER1	Rappresenta il patrimonio di base che risulta costituito dal capitale versato e dalle riserve previa deduzione delle azioni proprie possedute, dell'avviamento, delle immobilizzazioni immateriali, delle perdite registrate negli esercizi precedenti e in quello in corso
TRADING ON LINE	Permettere agli investitori privati di comprare e vendere azioni per via telematica, direttamente dal loro PC con esecuzione immediata degli ordini e costi ridotti
U.I.C.	Ufficio Italiano Cambi, ente strumentale della Banca d'Italia

Questionario di valutazione del Bilancio Sociale 2006

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				
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"/>
EFFICACIA: la lettura del Bilancio Sociale ha consentito di conoscere aspetti nuovi della banca che prima non conosceva?	<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)
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"/>
Ha notato miglioramenti rispetto al Bilancio Sociale dell'anno precedente?					
Quali argomenti vorrebbe fossero trattati nel prossimo Bilancio Sociale?					
Quali iniziative, in termini di responsabilità sociale, si sente di proporre alla Banca?					
Grazie per la collaborazione fornita.					

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.bccsanmarzano.it, consegnato presso una filiale della BCC
oppure inviato al fax 099.9575501”

.....

Spettabile

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

74023 San Marzano di San Giuseppe - TA





KPMG S.p.A.
Revisione e organizzazione contabile
Via Imbriani, 36
73100 LECCE LE

Telefono: 0832 317930
Telefax: 0832 317931
e-mail: it-fraudtaly@kpmg.it

Relazione della società di revisione sulla revisione limitata del bilancio sociale

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

- 1 Abbiamo effettuato la revisione limitata del bilancio sociale al 31 dicembre 2006 della Banca di Credito Cooperativo di San Marzano di San Giuseppe – Taranto – Società Cooperativa (di seguito la “Banca”), predisposto sulla base delle linee guida “Principi di redazione del bilancio sociale” definiti nel 2001 dal GBS – Gruppo di studio per il Bilancio Sociale. La responsabilità della redazione del bilancio sociale compete agli amministratori della Banca di Credito Cooperativo di San Marzano di San Giuseppe – Taranto – Società Cooperativa. E’ nostra la responsabilità della redazione della presente relazione in base alla revisione limitata svolta.
- 2 Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri per la revisione limitata statuiti dal principio di revisione “*International Standard on Assurance Engagements 3000 - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Information*”, emanato dall’*International Auditing and Assurance Standards Board (“IAASB”)*, effettuando le verifiche e analisi riepilogate di seguito:
 - verifica della corrispondenza dei dati e delle informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel paragrafo “Rendiconto – Produzione e distribuzione del valore” del bilancio sociale con i dati e le informazioni inclusi nel bilancio d’esercizio della Banca al 31 dicembre 2006, approvato dall’Assemblea dei Soci in data 13 maggio 2007, sul quale è stata da noi emessa la relazione di revisione contabile in data 11 aprile 2007;
 - analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi inclusi nel bilancio sociale. In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:
 - interviste e discussioni con i delegati della Direzione della Banca di Credito Cooperativo di San Marzano di San Giuseppe – Taranto – Società Cooperativa al fine di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting per la predisposizione del bilancio sociale nonché circa i processi e le procedure di controllo interno che supportano la raccolta, l’aggregazione, l’elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni alla funzione responsabile della predisposizione del bilancio sociale;
 - analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del bilancio sociale, al fine di ottenere una conferma dell’efficacia dei processi in atto, della loro adeguatezza in relazione agli obiettivi descritti e del funzionamento del sistema di controllo interno per il corretto trattamento dei dati e delle informazioni;

KPMG S.p.A., an Italian limited liability share capital company and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International, a Swiss cooperative.

Milano Ancona Arezzo Bari
Bergamo Bologna Bolzano Brescia
Catania Como Firenze Genova
Lecce Napoli Novara Padova
Piemonte Parma Perugia Pescara
Roma Torino Treviso Trieste Udine
Venezia Verona

Società per azioni
Capitale sociale
Euro 4.728.480,00 i.r.
Registro Imprese Milano e
Codice Fiscale N. 02709600154
R.E.A. Milano N. 912967
Part. IVA 02709600154
Sede legale: Via Vittor Pisani, 25
20124 Milano MI



- analisi della completezza e della coerenza interna delle informazioni qualitative riportate nel bilancio sociale;
- analisi del processo di coinvolgimento degli *stakeholder*, con riferimento alle modalità utilizzate e alla completezza dei soggetti coinvolti, mediante l'analisi dei verbali riassuntivi o dell'eventuale altra documentazione esistente circa gli aspetti salienti emersi dal confronto con gli stessi;
- ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal legale rappresentante della Banca, sulla conformità del bilancio sociale alle linee guida indicate nel paragrafo 1, nonché sull'attendibilità e completezza delle informazioni e dei dati in esso contenuti.

La revisione limitata ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella di una revisione completa svolta secondo gli statuti principi di revisione. Di conseguenza, non esprimiamo un giudizio professionale di revisione sul bilancio sociale.

- 3 Per le risultanze relative al bilancio sociale dell'esercizio precedente, i cui dati e informazioni sono presentati ai fini comparativi secondo quanto previsto dalle linee guida indicate nel paragrafo 1 della presente relazione, si fa riferimento alla relazione da noi emessa in data 29 settembre 2006.
- 4 Sulla base di quanto svolto, non siamo venuti a conoscenza di variazioni e integrazioni significative che dovrebbero essere apportate al bilancio sociale, identificato nel paragrafo 1 della presente relazione, per renderlo conforme alle linee guida sulla base delle quali è stato predisposto.

Lecce, 6 agosto 2007

KPMG S.p.A.

Marco Fabio Capitanio
Socio

BCC DI SAN MARZANO DI S.G.

BILANCIO SOCIALE 2006

Supervisione

Direttore Generale

Emanuele Di Palma

Comitato Tecnico

Biagio Mazzei

Carolina Longo

Mauro Roussier – Fusco

Comunicazione

Rocco Viola

Ringraziamenti

Il Bilancio Sociale è il risultato di un percorso avviato cinque anni fa con il quale la Banca, ogni anno, si propone di render conto del suo operato ai propri portatori di interesse.

Questo lavoro è il frutto dei contributi, liberi e volontari, delle persone che, a vario titolo e in diversi modi, hanno portato alla sua realizzazione.

Elaborazione del modello

Istituto Europeo per il Bilancio Sociale

Roberto Marziantonio, Enrico Rinoldi

Foto

Archivio Banca di Credito Cooperativo di San Marzano di San Giuseppe;
Ciro De Vincentis; Donatello Corallo; Luigi Perrone; Ignazio Punzi; Alessandro Rodia;
Mauro Roussier – Fusco; Rocco Viola.

Editing

Auriganet S.p.A. - Bari

Fotolito e Stampa

Grafiche Cressati S.r.l. - Taranto