



Dal 1888
la banca di chi vive e lavora in Campania

<i>Lettera del Presidente</i>	5
Introduzione	7
IDENTITÀ AZIENDALE	9
<i>Storia</i>	9
<i>Valori</i>	11
<i>Missione</i>	12
<i>Governo dell'impresa</i>	13
<i>Assetto organizzativo</i>	14
<i>Disegno strategico</i>	15
<i>Financial Highlights</i>	17
RENDICONTO	19
<i>Valore Aggiunto: produzione e distribuzione</i>	19
RELAZIONE SOCIALE	23
<i>Soci</i>	23
<i>Risorse Umane</i>	26
<i>Clienti</i>	29
<i>Fornitori</i>	34
<i>Collettività</i>	36
EVOLUZIONE DELLA GESTIONE	43
<i>Orientamento del processo</i>	43
Scheda di valutazione	45
Glossario	47

Con vivo piacere presento la **seconda edizione del Bilancio Sociale** che convalida la scelta di affiancare al tradizionale bilancio di esercizio uno strumento in grado di integrare la consueta rappresentazione della realtà aziendale.

Anche questa edizione vuole dare conto, in maniera più diretta e completa, dell'attenzione che da sempre il nostro Istituto rivolge al territorio, ampliando la visione tradizionale di banca legata unicamente al profitto.

Il Bilancio Sociale, infatti, risponde all'assunzione di un preciso impegno: quello di far in modo che la credibilità, la trasparenza, la conformità delle informazioni e dei dati relativi all'attività della nostra Banca risultino, in maniera sempre più ampia, verificabili e completi.

E questo, implica un diverso modo di fare banca in cui la "responsabilità sociale" verso i molteplici interlocutori (soci, dipendenti, clienti, fornitori) con cui quotidianamente ci confrontiamo, diventi una ratio di fondo del nostro operato.

È una scelta che ci ha indotti ad affinare ancora di più questo strumento di rendicontazione ed a ritenerlo un'importante momento di riflessione, anche considerando il favore con il quale lo scorso anno è stata accolta la prima edizione del Bilancio Sociale.

D'altronde, per una Banca autenticamente "popolare" e con un'antica matrice cooperativa, è importante valorizzare e consolidare il legame con i diversi interlocutori, al fine di condividere anche con essi interessi ed obiettivi, e di contribuire così, in maniera sempre più efficace, alla crescita sociale ed economica della nostra area di riferimento che costituisce uno dei fondamenti centrali del nostro divenire da oltre cento anni.

Il Presidente

Dott. Antonino De Simone



Il bilancio sociale, come per l'edizione dell'esercizio precedente, è stato pensato e redatto come uno strumento di comunicazione e di valutazione dell'aspetto sociale dell'attività aziendale.

Lo scopo è quello di far emergere un quadro più completo e trasparente della complessa interdipendenza tra fattori economici e sociali connotati alle caratteristiche strutturali e alle scelte aziendali fornendo informazioni sulla **qualità** dell'attività e l'**interazione** tra l'azienda e l'ambiente nel quale essa opera.

Anche per questa seconda edizione è stato utilizzato come riferimento il modello predisposto dall'Associazione Bancaria Italiana (ABI) e i principi di redazione fissati dall'Istituto Europeo per il Bilancio Sociale (IBS).

I contenuti del documento sono sintetizzabili in quattro sezioni:

1. **Identità aziendale.** Si esplicitano i valori guida, la mission, e le scelte qualificanti alla base degli orientamenti aziendali, attraverso un excursus storico che mette in luce l'evoluzione della strategia e della struttura organizzativa.
2. **Rendiconto.** Contiene la riclassificazione del Conto economico espresso a *Valore Aggiunto* con

l'evidenza delle risorse economiche prodotte e della loro ripartizione tra i principali interessati (soci, dipendenti, clienti, fornitori, collettività, istituzioni, ambiente).

3. **Relazione sociale.** L'attenzione è rivolta alle informazioni di natura quantitativa e qualitativa relative ai Dipendenti, Soci, Clienti e Fornitori. Vengono presentate anche le iniziative a maggior valenza socio-culturale proposte nell'anno.
4. **Proposta di miglioramento.** La sezione è dedicata agli strumenti utili ad orientare sempre più la gestione verso obiettivi di sviluppo socialmente sostenibili.

Tenendo fede a quanto previsto all'interno del Bilancio Sociale dell'esercizio precedente e per rafforzarne l'aspetto di "processo di gestione responsabile" questa edizione contiene una proposta di miglioramento per l'esercizio futuro e un questionario rivolto a tutti gli stakeholder interni/esterni.

La struttura espositiva è stata concepita per facilitare al massimo la comprensione e valutazione del lettore applicando i criteri tipici della rendicontazione sociale: *comprensibilità, raffrontabilità, significatività*.

Identità Aziendale

In questa sezione si esplicitano la storia e i valori guida assunti negli anni per orientare le scelte di intervento aziendali (mission). Da questi elementi scaturisce l'impegno sociale della Banca nel contesto di riferimento

Storia

La Banca di Credito Popolare di Torre del Greco costituisce l'unica espressione autonoma, di una certa dimensione, del sistema creditizio della regione Campania.

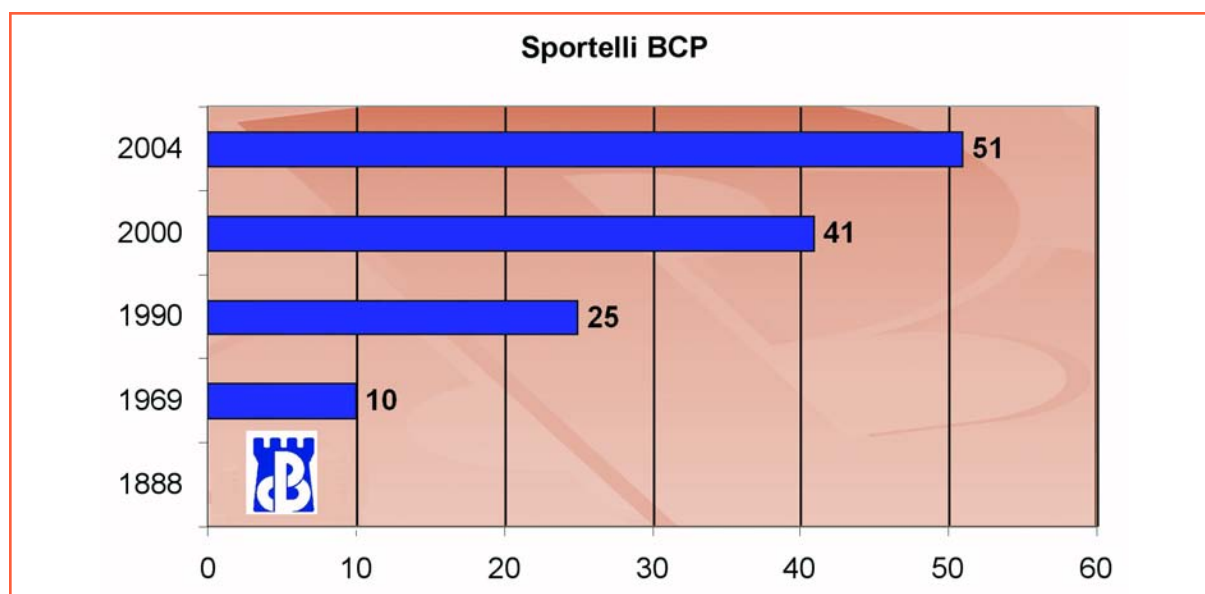
Da sempre condivide con il suo territorio valori, interessi ed obiettivi, coniugando efficienza e dinamismo in un forte legame con le proprie radici e gli ideali su cui si fonda.

Nel 1888, 28 persone costituiscono in un locale di due stanze, la Società Anonima Cooperativa di Credito Popolare, allo scopo di «*formare capitali con i piccoli risparmi riuniti; facilitare il credito ai soci; riscattare i meno abbienti dall'usura*».

I primi decenni di attività sono stati

caratterizzati dal progressivo consolidamento della base sociale e dallo sviluppo della presenza della Banca nell'ambito della comunità economica strettamente locale.

La crescita dimensionale è stata perseguita attraverso l'ampliamento della rete di sportelli e l'incorporazione di cinque aziende di credito: *Popolare del Matese, Popolare di Secondigliano, Credito Cooperativo di Nusco, Credito del Partenio, Credito Cooperativo di Cervino e Durazzano*, avviando un processo di consolidamento teso a rafforzare la propria immagine di Banca del territorio, moderna ed efficiente, al servizio delle famiglie e delle piccole imprese.



Nel corso del 2002 si è proceduto alla formazione del *Gruppo Bancario Banca di Credito Popolare* a seguito della costituzione della *Società Immobiliare Vallelonga srl unipersonale*, nata dall'opportunità, per la Banca, di dotarsi, di una società immobiliare. La BCP, inoltre, detiene il 100% del capitale della società *Vallelonga Servizi Finanziari SpA* costituita nel 2003 che svolge attività di mediazione creditizia.

All'attività essenzialmente focalizzata sulle forme tradizionali di impiego e raccolta, si è affiancata un'ampia offerta di prodotti e servizi anche attraverso la

distribuzione di prodotti realizzati da qualificati partner esterni.

Al 31 dicembre 2004 la BCP è presente con 51 sportelli, localizzati nelle 5 province campane, ha un organico di 596 dipendenti ed ha raggiunto i 2,2 miliardi di euro di Raccolta complessiva e 910 milioni di euro di Impieghi a clientela.

Il Patrimonio Netto della Banca si colloca a 172 milioni di euro, con un rapporto tra Patrimonio di Vigilanza e Attività di rischio ponderate (13,12%), ampiamente al di sopra del limite fissato dalla normativa dettata da Banca d'Italia.



Valori

I *valori di impresa* della BCP rappresentano i principi fondamentali ai quali gli Organi Sociali e il Personale della Banca quotidianamente devono ispirare i propri modi di agire, mantenendo un comportamento corretto nei rapporti sia interni che esterni per il perseguimento della missione aziendale.

La BCP, nel processo di individuazione delle linee portanti della propria azione, si riconosce nella **Carta dei valori d'impresa** che l'Istituto Europeo per il Bilancio Sociale ha desunto dalla "*Carta dei fondamentali valori dell'uomo*".¹

Al fine di esplicitare meglio e più chiaramente i *valori di riferimento*, di fissare *standard di riferimento* e *norme di condotta*, la Banca si appresta a dotarsi di un Codice Etico.

Il **Codice Etico** rappresenterà l'insieme dei diritti, dei doveri e delle responsabilità della Banca rispetto a tutti i soggetti con i quali entra in relazione, per il conseguimento del proprio oggetto sociale (clienti, fornitori, dipendenti, azionisti, istituzioni, collettività).

La scelta deriva dalla necessità di orientare i comportamenti e fortificare i

processi decisionali aziendali, considerando che per poter massimizzare gli obiettivi aziendali, tutte le persone che, a vari livelli, operano in azienda devono condividere i valori su cui si fonda la cultura aziendale e ad essa ispirare i propri specifici comportamenti.

Valori di impresa della Banca di Credito Popolare

- tutela e rispetto della persona;
- integrità morale;
- lealtà;
- professionalità;
- diligenza;
- trasparenza;
- valorizzazione delle risorse umane;
- spirito di appartenenza;
- attenzione al cliente;
- affidabilità;
- capacità di cogliere e soddisfare le esigenze del territorio.

¹ Si tratta della *Carta dei Valori Umani* elaborata dalla fondazione internazionale Nova Spes per lo sviluppo umano qualitativo, recepita dall'ONU nel 1989.

Missione

La missione aziendale identifica la ragion d'essere della Banca e i suoi obiettivi essenziali. Per la BCP, consiste anche nello svolgimento di un ruolo attivo e propulsivo per lo sviluppo economico e per la crescita sociale del territorio in cui essa opera.

Pur in presenza del notevole ampliamento dei volumi operativi e della progressiva espansione territoriale, negli anni la mission è stata salvaguardata e sviluppata. La BCP è riuscita a conservare la propria identità di banca *focalizzata* a vocazione locale ed a mantenere la propria autonomia societaria e gestionale, operando in modo da raggiungere:

1. adeguati risultati economici per soddisfare le aspettative dei Soci;
2. adeguati livelli di efficienza per soddisfare le esigenze dei clienti.

Sul modo di essere e fare banca, incide positivamente lo status di “**popolare**”, e cioè di banca che sostiene e favorisce lo sviluppo del territorio anche grazie alla sua configurazione giuridica di

cooperativa a responsabilità limitata ed alle peculiarità ad essa connessa (*voto capitario, limitazione del possesso azionario, clausola di gradimento, limiti sulle deleghe*).

Ciò consente alla Banca di essere realmente rappresentativa delle componenti economiche e professionali da cui trae origine, privilegiandone le esigenze e preservandone i valori.

La BCP ha cercato di orientare i processi decisionali in ragione delle aspettative legittime dei propri interlocutori, in un progressivo processo di coinvolgimento partecipativo e responsabile, nella convinzione che solo l'impresa, che condivide i valori della collettività e consapevolmente li riflette nella sua “mission”, può *riuscire a conseguire gli obiettivi di crescita e sviluppo puntando su un più forte e ampio consenso al suo agire*. In linea con quanto definito nell'ultimo Piano Strategico, la BCP intende mantenere e rafforzare le proprie caratteristiche peculiari di Istituto cooperativo, autonomo e radicato nel territorio di operatività.

Governo dell'impresa

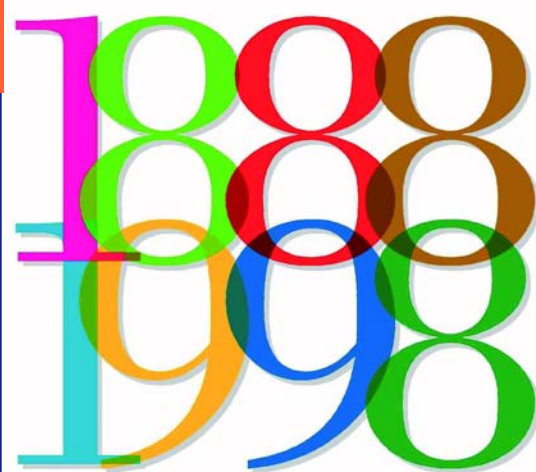
Il capitale sociale al 31.12.2004 risulta costituito da n. 6.919.218 azioni da nominali euro 2,58 cadauna per un totale di 17.851.582,44 euro, sottoscritte da 4.064 soci e 71 azionisti residenti prevalentemente in Campania. La BCP si caratterizza per un modello di “**corporate governance**” i cui elementi più significativi sono:

- ❖ ogni socio ha diritto di esprimere in assemblea un solo voto a prescindere dal numero di azioni possedute;
- ❖ il possesso azionario massimo di ciascun socio è limitato allo 0,50% del capitale sociale.

Gli organi sociali deputati alla *corporate governance* sono i seguenti:

- **Consiglio di Amministrazione:** è composto da 13 membri, eletti dall'Assemblea tra i Soci aventi diritto al voto. I Consiglieri durano in carica 3 anni e sono rieleggibili. Attuale Presidente del CdA è il Dr. Antonino De Simone.
- **Comitato Esecutivo:** nominato dal CdA, è composto da 7 membri, scelti tra gli amministratori in carica, e va rinnovato annualmente dopo l'approvazione del bilancio da parte dell'Assemblea.
- **Direttore Generale:** prende parte con voto consultivo alle adunanze del

Consiglio di Amministrazione e del Comitato Esecutivo e dà esecuzione alle relative deliberazioni; sovrintende al funzionamento della banca, allo svolgimento delle operazioni e dei servizi, secondo le direttive del CdA. Attuale Direttore Generale è il Dr. Manlio D'Aponte.



Dal 1888 la banca di chi vive e lavora in Campania.


**BANCA
DI CREDITO POPOLARE**
TORRE DEL GRECO

Assetto organizzativo

La Banca di Credito Popolare di Torre del Greco è Capogruppo dell'omonimo gruppo bancario costituito nel 2002 al quale appartiene la *Società Immobiliare Vallelonga srl unipersonale*, nata dall'opportunità per la Banca di dotarsi di una società immobiliare.

La BCP, inoltre, controlla la *Vallelonga Servizi Finanziari SpA* che svolge attività di mediazione creditizia.

Dal punto di vista organizzativo, nel 2004 è stato deliberato il *potenziamento della struttura centrale*, con una nuova composizione del vertice esecutivo, dettata dalla necessità di consentire una maggiore efficienza e collegialità della direzione e rispondere più prontamente alle esigenze della rete.

È stato rivisto il sistema generale dei controlli, che ha coinvolto l'Internal Auditing, e sono state rafforzate le aree Commerciale e Crediti: aree che vanno

assumendo una importanza sempre crescente a motivo del costante sviluppo della struttura della Banca.

Il 2004 è stato segnato dal *processo di esternalizzazione informatico*. Lo sforzo compiuto e l'accordo con SEC Servizi hanno permesso alla banca di dotarsi di un nuovo sistema di tesoreria integrata, di nuovi servizi di printing e di procedere all'attivazione dei servizi di multicanalità.

La scelta di affidare all'esterno i servizi informatici ha consentito, inoltre, di conciliare professionalità, innovazione e riduzione dei costi dei servizi, di liberare risorse dedicate da utilizzare per migliorare l'efficienza della rete e dei servizi centrali e, soprattutto, di concentrarsi sulla ottimizzazione dei processi di erogazione del credito e di finanza che sono il *cuore* della Banca.



Disegno strategico

La BCP per realizzare la propria missione ha cercato di delineare -in un contesto che va facendosi sempre più concorrenziale e competitivo- strategie volte al perseguimento di soluzioni e comportamenti economicamente efficienti, ma, al tempo stesso socialmente responsabili.

In primo luogo sussiste l'esigenza di prestare sempre grande attenzione alla capacità di competere, perché ciò che conta non è solo la dimensione, ma soprattutto l'efficienza della gestione. I principali obiettivi aziendali nel breve periodo si possono così riassumere:

- conseguire una costante crescita dimensionale, reddituale e di presenza sul territorio, per consolidare le quote di mercato detenute;
- diffusione della cultura aziendale e omogeneizzazione dei comportamenti, attraverso l'emanazione di un codice di orientamento;
- valorizzazione delle risorse umane, attraverso programmi di formazione, comunicazione, e incentivazione;
- riqualificazione di risorse interne da destinare al potenziamento

dell'attività commerciale o agli sportelli di nuova apertura;

- rafforzamento del ruolo di Banca del territorio, favorendo le occasioni di dialogo partecipativo con gli stakeholder.

Nel 2004 è stato rivisto il Piano strategico 2003-2005, per rendere più efficace la presenza competitiva della Banca sul territorio con particolare riferimento alla crescita dimensionale e di conseguenza reddituale. Si prevede il rafforzamento della presenza autonoma della Banca nell'area di insediamento, valorizzando gli attuali punti di forza (conoscenza del territorio e flessibilità organizzativa), per fornire un reale apporto alla crescita economica e civile dell'area stessa.

L'analisi del territorio campano ha portato ad evidenziare una serie di comuni dove sono state individuate buone opportunità di sviluppo. Si conferma, quindi, per la BCP la volontà di continuare a strutturare un proprio, più marcato ruolo nel mutato assetto dell'offerta creditizia in Campania per poter assolvere sempre meglio ad una funzione attiva a servizio dello sviluppo economico regionale.

Con le aperture di sportelli realizzate finora, la Banca ha meglio posizionato la propria presenza; con quelle previste a breve si consoliderà tale posizione migliorando la diffusione sul territorio regionale, rafforzando sempre di più il ruolo di “Banca popolare autonoma della regione”.²

A dicembre 2004 la quota della BCP sul mercato regionale era pari al 3,37% per la raccolta, al 2,13% per gli impieghi, al 2,65% per i titoli amministrati e al 3,29% per numero di sportelli.³



² Per il 2005 si prevede l'apertura di 6 filiali: Pozzuoli, Portici, Salerno, Napoli Vomero, Caivano, Somma Vesuviana.

³ Per il confronto con il Sistema in Campania sono stati utilizzati dati Banca d'Italia.

Financial Highlights

	2004	2003	Var. % annua
Impieghi Clientela	909.698	878.090	3,60
Impieghi Commerciali Vivi	867.501	815.644	6,36
Totale dell'Attivo	2.036.453	1.983.275	2,68
Raccolta diretta	1.671.347	1.626.706	2,74
Raccolta indiretta	533.539	504.307	5,80
Massa amministrata da clientela	2.204.886	2.131.013	3,47
 Patrimonio Netto	 172.001	 167.959	 2,41
 Margine di interesse	 58.066	 55.147	 5,29
Ricavi netti	26.765	25.662	4,30
Margine di intermediazione	84.831	80.809	4,98
Costi Operativi	57.215	55.656	2,80
Risultato lordo di gestione	27.616	25.153	9,79
Utile Netto	9.258	8.405	10,15
 N° medio dipendenti	 578	 572	 1,05

Valori in migliaia di euro

	2004	2003
Indici efficienza del personale		
Impieghi Clientela/N° medio dipendenti	1.574	1.535
Raccolta Diretta Clientela/N° medio dipendenti	2.892	2.844
Raccolta Totale Clientela/N° medio dipendenti	3.815	3.619
Costi del personale/N° medio dipendenti	55	55
RLG/N° medio dipendenti	48	44
Costi del personale/Marg. Intermediazione %	37,31	38,89
 Indici patrimoniali %		
Patrimonio Netto/Impieghi clienti	18,91	19,13
Patrimonio Netto/Raccolta clienti	7,80	8,11
 Indici reddituali %		
ROE (Utile netto/Patrimonio netto senza FRBG)	5,69	5,27
ROA (RLG/Totale Attivo)	1,36	1,27

Rendiconto

Il rendiconto è l'anello di congiunzione tra i dati economico-finanziari e la rendicontazione sociale.

Il rendiconto è la parte del Bilancio Sociale che evidenzia i dati relativi al conto economico, riclassificati in modo da evidenziare:

- il **processo di formazione del Valore Aggiunto** (inteso come differenza tra valore della produzione e costo della produzione);
- la **distribuzione del Valore Aggiunto** tra tutti coloro che hanno un rapporto di relazione con la Banca.

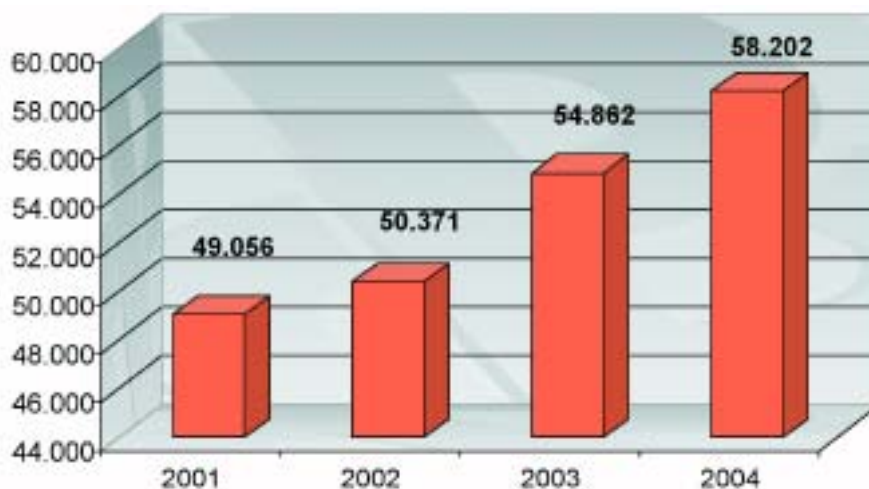
In sintesi, consente di riconciliare la contabilità d'esercizio con la contabilità sociale, rappresentando la capacità della Banca di creare ricchezza e di distribuirla tra le diverse categorie di stakeholder di riferimento. In particolare, sono

destinatari della ricchezza prodotta gli azionisti, i dipendenti, gli enti e gli organismi locali, i clienti, i fornitori, la collettività, l'ambiente, nonché la Banca stessa per la parte che riguarda l'accantonamento delle risorse necessarie agli investimenti produttivi.

Tra le varie prospettazioni che il Valore Aggiunto può assumere in relazione ai diversi criteri di aggregazione delle componenti reddituali (Valore Aggiunto Caratteristico, Ordinario, o Globale), è stata utilizzata quella del **Valore Aggiunto Globale Lordo** (al lordo degli ammortamenti).

Il **Valore Aggiunto** generato nel 2004 si è attestato a 58 milioni di euro, con una crescita del 6% rispetto all'anno precedente.

ANDAMENTO VALORE AGGIUNTO



I due prospetti sintetici di determinazione e distribuzione del Valore Aggiunto che seguono, si caratterizzano per l'equivalenza

algebrica con il Conto Economico del quale rappresentano una pura riclassificazione.

FORMAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO	Anno 2004	Anno 2003
Valore della Produzione Lorda	104.776	104.593
Interessi Attivi	76.263	76.816
Commissioni Attive	14.957	16.240
Altri Ricavi	7.649	6.532
Profitti da Operazioni Finanziarie	5.907	5.006
Costo della Produzione	-47.853	-49.553
Interessi passivi	-18.253	-21.730
Commissioni Passive	-1.725	-1.975
Spese Amministrative nette	-21.939	-20.656
Rettifiche/Riprese di Valore su crediti	-2.636	-2.647
Altri Accantonamenti	-3.300	-2.544
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	56.923	55.041
Proventi Straordinari	1.974	224
Oneri Straordinari	-695	-402
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	58.202	54.862
Ammortamenti	-3.572	-3.106
VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	54.630	51.756
Spese del Personale	-31.651	-31.426
Imposte e tasse indirette	-3.037	-2.955
Liberalità e contributi*	-588	-618
Variazione del Fondo Rischi Bancari Generale	-1.000	0
RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE	18.353	16.757
Imposte e tasse dell'esercizio	-9.096	-8.352
RISULTATO DELL'ESERCIZIO	9.258	8.405

(valori in migliaia di euro)

* La voce comprende: Beneficenza, Oneri di Utilità Sociale, Contributi per iniziative sociali e culturali.

Il Valore Aggiunto Globale Lordo così
calcolato viene ripartito tra: *soggetti*

interni (Soci, Risorse Umane) *esterni*
(Enti, Fisco, Collettività) e *impresa* stessa.

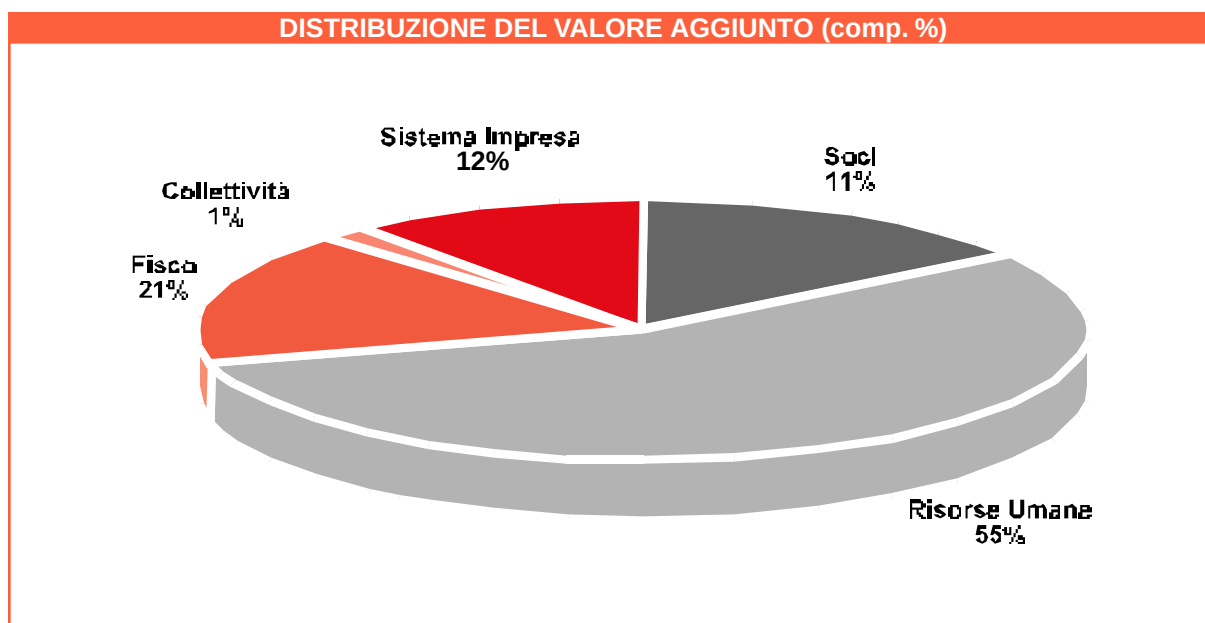
DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO	Anno 2004	Anno 2003
Valore della Produzione Globale Lorda	106.750	104.817
Costo della Produzione Lorda	-48.548	-49.955
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	58.202	54.862
<i>Distribuzione:</i>		
SOCI	6.597	6.218
Dividendi distribuiti ai Soci	6.227	5.881
Compenso agli Amministratori	370	336
RISORSE UMANE	31.651	31.426
Spese dle Personale	31.651	31.426
FISCO	12.133	11.307
Imposte e tasse indirette	3.037	2.955
Imposte sul reddito di esercizio	9.096	8.352
COLLETTIVITÀ	588	618
Liberalità e Contributi	588	618
SISTEMA IMPRESA	7.233	5.293
Ammortamenti	3.572	3.106
Riserve e Variazioni FRBG	3.661	2.187

(valori in migliaia di euro)

L'ammontare di Valore Aggiunto riconosciuto ai Soci nel 2004 è pari all'11,33% del totale, mentre la quota più rilevante (54,38%) è destinata alle risorse umane, il cui ruolo è determinante per il conseguimento degli obiettivi aziendali. L'apporto fiscale ammonta a 12,1 milioni di euro, mentre la quota trattenuta dalla nostra Banca come

autofinanziamento assomma a 7,2 milioni di euro.

Infine, come si è già detto, allo scopo di contribuire in modo significativo alla promozione e allo sviluppo socio-economico del territorio, viene destinata una parte degli utili conseguiti nell'esercizio al sostegno di attività benefiche.



Relazione Sociale

Nella presente sezione vengono analizzati i flussi di scambio tra la banca e i suoi stakeholder, con l'obiettivo di fornire una visione completa dell'interdipendenza tra i fattori economici derivanti dalle scelte aziendali adottate dalla Banca e i riflessi sociali sulla collettività e il suo territorio

Soci

Un'attenzione particolare è riservata ai Soci che costituiscono una componente fondamentale nel processo di radicamento della Banca sul territorio e assicurano stabilmente il concreto sostegno ai programmi e ai piani di espansione e di consolidamento della Banca.

Al 31 dicembre 2004 la BCP contava 4.064 Soci, mentre il capitale sociale risultava costituito, come si è detto, da 6.919.218 azioni del valore nominale unitario di 2,58 euro, per un totale di 17.851.582,44 euro.

Possono diventare Soci della BCP le persone fisiche, giuridiche, le società di ogni tipo, i consorzi, le associazioni ed altri enti. Ai fini dell'ammissione l'aspirante Socio deve presentare una domanda scritta al Consiglio di

Amministrazione. La qualità di Socio si acquisisce con l'iscrizione nel Libro Soci, previo versamento integrale dell'importo delle azioni sottoscritte e del sovrapprezzo (Artt. 7,8,10 dello Statuto Sociale).

In base alla legislazione delle società cooperative, ogni Socio ha diritto di esprimere in assemblea un solo voto a prescindere dal numero di azioni possedute mentre il possesso azionario massimo di ciascun Socio è limitato allo 0,50% del capitale sociale.

I Soci esprimono il miglior attestato di fiducia nei confronti della Banca e di consenso alla sua missione aziendale: la fidelizzazione del Socio è un obiettivo costantemente perseguito, che si attua accrescendo il clima di stima e remunerando adeguatamente i Soci.

Anni	Dividendo (euro)	Valore dell'azione (euro)	Rendim. annuo dell'azione (%) *
2000	0,826	14,977	9,29
2001	0,826	15,494	8,97
2002	0,826	18,038	21,51
2003	0,826	18,500	7,37
2004	0,850	19,500	10,00

* Una empirica valutazione del rendimento annuo può essere desunta rapportando la variazione del valore dell'azione (anno corrente - anno precedente) sommata al dividendo, sul valore dell'azione dell'anno precedente. $[(VA_{ac} - VA_{ap} + D) / VA_{ap}]$.

Le azioni della BCP non sono quotate; il valore viene annualmente determinato dal Consiglio di Amministrazione sulla base delle risultanze delle scritture contabili.

Per favorire l'incontro tra la domanda e l'offerta delle azioni della Banca, la BCP gestisce un **Sistema di Scambi Organizzati** sul titolo azionario di propria emissione, accettando ed eseguendo -in nome e per conto della clientela e/o con l'intervento del Fondo Acquisto Azioni della Banca- proposte di negoziazione (ordini di compravendita) sul titolo "azioni ordinarie BCP".

L'esecuzione delle proposte di negoziazione viene effettuata, mediante l'attivazione di una procedura di asta competitiva. Grazie al **Sistema di Scambi Organizzati**, nel 2004 sono state intermedie 84.997 azioni sociali con un valore medio nell'anno di 23,66 euro.

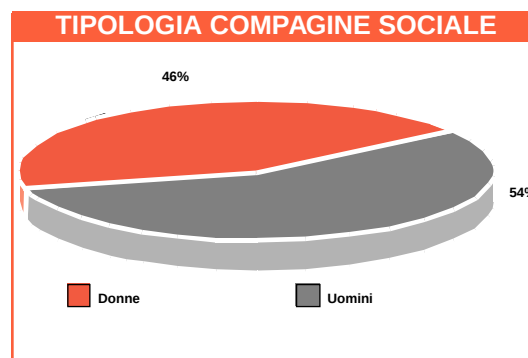
Annualmente i Soci sono invitati a partecipare all'Assemblea ordinaria che delibera sull'approvazione del bilancio di esercizio, sul rinnovo delle cariche sociali ed altre materie di carattere ordinario poste all'ordine del giorno. Il rapporto tra compagine sociale e Amministrazione della Banca è caratterizzato da coesione e solidità. In quasi tutte le Assemblee le deliberazioni sono assunte all'unanimità o a larga maggioranza. I Soci ricevono con cadenza annuale una lettera di informazione sui principali risultati e

fatti aziendali del periodo. Per implementare tale rapporto sarà predisposto sul sito internet www.bcp.it un apposito spazio in cui saranno aggiornate informazioni di tipo patrimoniale ed economico sui risultati dell'esercizio.

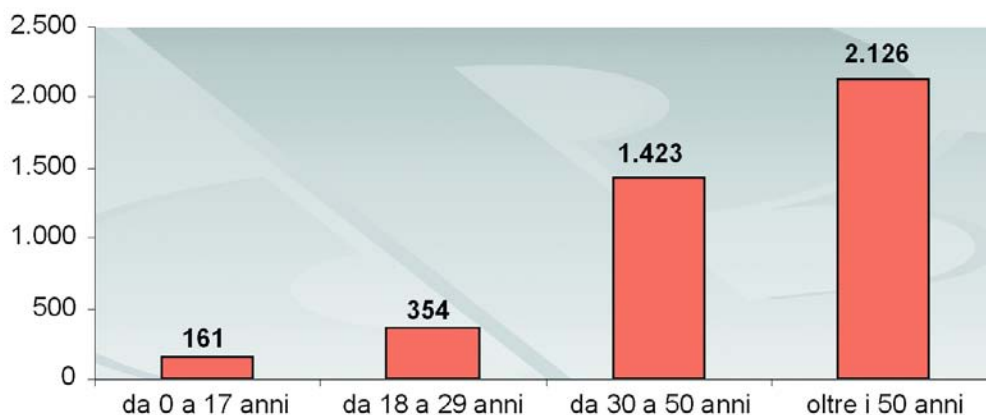
L'analisi della platea sociale evidenzia 4 aspetti fondamentali:

- ❖ una netta prevalenza delle persone fisiche;
- ❖ una significativa presenza della componente femminile;
- ❖ una concentrazione nelle fasce di età più alta;
- ❖ una significativa presenza dei Soci nelle province di maggiore operatività della Banca.

È rimasta pressoché invariata rispetto all'anno precedente la composizione anagrafica dei Soci e la ripartizione del possesso azionario per fasce d'età. La tipologia di Soci prevalente è quella delle persone fisiche, con una maggioranza degli uomini (54%) rispetto alle donne (46%); solo lo 0,2% del capitale sociale è detenuto da altri soggetti.



RIPARTIZIONE DELLA COMPAGINE SOCIALE



La ripartizione della compagine sociale per età evidenzia una significativa concentrazione nella fascia di età oltre i 50 anni.

Il 65% dei Soci possiede azioni della Banca da oltre dieci anni, un indice significativo della fiducia riposta nella solidità dell'Istituto e dell'ottima performance del titolo azionario in termini di dividendi.

L'assetto proprietario disaggregato per provincia di residenza conferma lo stretto legame esistente tra i Soci e il territorio in cui la Banca opera maggiormente. L'84% dei Soci risiede, infatti, nella provincia di Napoli, zona

in cui la Banca storicamente è nata e quella ad oggi maggiormente presidiata. L'espansione territoriale degli ultimi anni ha tuttavia favorito l'ingresso di nuovi Soci residenti nelle altre province della regione in cui il nostro Istituto è attualmente presente.

I Soci-Dipendenti sono 117 e detengono complessivamente 165.372 azioni.

N. dei Soci per provincia di residenza

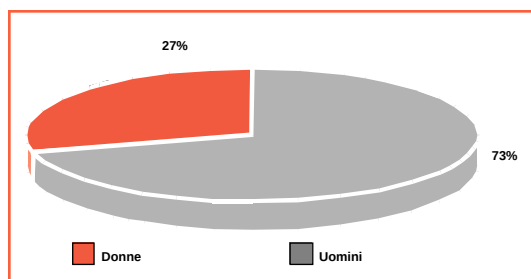
Napoli	3.433
Avellino	17
Benevento	24
Caserta	311
Salerno	64
Altre province	215

SEGMENTAZIONE PER ANZIANITÀ SOCIALE

Da oltre 10 anni	2.629
Da 6 a 10 anni	627
Da 1 a 5 anni	746
Soci da meno di 1 anno	62

Risorse Umane

Le risorse umane rappresentano una leva strategica importantissima per rendere più efficace la presenza competitiva sul territorio e creare rapporti duraturi con la clientela e con gli altri stakeholder. Questo è ancora più vero per un'azienda di tipo cooperativistico dove i valori della solidarietà e del localismo fanno parte della cultura aziendale determinandone le caratteristiche ed il funzionamento. Al 31 dicembre 2004 la compagine del personale in servizio era costituita da 596 dipendenti, di cui 434 uomini e 162 donne, tutti residenti in Campania.



La fascia di età più numerosa risulta essere quella che va dai 36 ai 50 anni (52% del totale).

Dipendenti per fasce di età		
	2003	2004
fino a 35 anni	170	175
da 36 a 50 anni	306	310
oltre i 50 anni	108	111
Totale	584	596

Nel corso del 2004 sono state effettuate 41 assunzioni e 29 cessazioni del rapporto di lavoro.

Ripartizione per tipologia contrattuale		
	2003	2004
Tempo indeterminato	571	583
Formazione e Lavoro	13	13
Totale	584	596
Di cui Part-time	19	18

Tra il personale di nuova assunzione si rileva l'elevata incidenza del numero di laureati e diplomati.

N° dipendenti per scolarità		
	2003	2004
Laurea	172	186
Dipl. di scuola media sup.	339	343
Licenza Media Inferiore	73	67
Licenza Elementare	0	0
Totale	584	596

All'innalzamento del grado di specializzazione si è accompagnato il potenziamento delle strutture di servizio alla clientela. Le risorse dedicate direttamente alla Rete

Commerciale al 31 dicembre 2004 erano pari a 362 e cioè al 60,7% del totale dipendenti.

Per quanto riguarda la suddivisione del personale per inquadramento, va segnalato che si rileva un notevole decremento rispetto all'anno precedente del personale inserito nell'area *Quadri direttivi*, in virtù del turnover che ha caratterizzato il 2004.

Ripartizione delle Risorse Umane

	2003	2004
Dirigenti	7	7
Quadri Direttivi	157	144
Impiegati con grado	263	251
Impiegati	134	172
Altre Risorse	23	22
Totale	584	596

La formazione del personale, negli ultimi anni, è stata attuata sia tramite percorsi esterni (corsi specifici di formazione ABI o presso scuole specializzate), sia per mezzo di attività formativa interna in aula, *stage* presso gli uffici centrali ed "in affiancamento". Nel corso del 2004 il processo di esternalizzazione del sistema informativo aziendale ha comportato la necessità di massicci interventi di tipo addestrativo che hanno assorbito la parte prevalente delle risorse e dei tempi disponibili per la formazione. Si sono dovuti privilegiare gli

interventi addestrativi/procedurali: in complesso, sono stati effettuati 2.533 giorni di formazione erogati in aula presso la BCP e più di 900 giorni tra formazione presso il Sec e supporto post-avvio. L'outsourcing ha posto, inoltre, il problema della riconversione professionale dei collaboratori dell'area tecnico-informatica.

L'attenzione dell'azienda verso i suoi dipendenti si concretizza in una serie di iniziative previste dal contratto integrativo aziendale. I dipendenti possono beneficiare di:

- *agevolazioni creditizie*, finalizzate a problematiche familiari (affidamenti, finanziamenti ipotecari e chirografari per acquisto di casa, prestiti personali);
- *incentivi*, in caso di trasferimento disposto dall'azienda, ove la distanza tra la residenza e la nuova sede di lavoro sia maggiore di 40Km;
- *borse di studio* per i figli che abbiano portato a termine con profitto un regolare percorso di studio.

ed altri interventi sociali che mirano a tutelare la serenità del lavoratore.

Per i dipendenti sono previste una copertura assicurativa (con pagamento del premio a carico della Banca) per gli infortuni di tipo professionale ed extra-professionale, ed una polizza sanitaria che prevede una serie di coperture diversificate a seconda dei pacchetti assicurativi offerti sulla base dell'inquadramento aziendale.

Il Circolo Ricreativo Aziendale (CRAL) della BCP conta 490 iscritti ed ha l'obiettivo di favorire l'aggregazione tra i dipendenti attraverso la promozione di attività culturali, turistiche, sportive, sociali. L'attività del circolo è finanziata in parte dalle quote associative versate dai singoli Soci e in parte dal contributo offerto dalla Banca.

Nell'ambito delle "relazioni sindacali" è proseguito il confronto con le Organizzazioni Sindacali aziendali in un clima sereno e fattivo.

A conferma delle buone relazioni e del basso clima di conflittualità tra l'azienda e i dipendenti, nel corso del 2004 nessuno sciopero è stato indetto a livello aziendale.⁴

FIBA	191
FISAC	103
UILCA	41
FABI	16
DIRCREDITO	6
Totale iscritti al sindacato	357

Il numero dei dipendenti iscritti alle OO.SS. è uguale a 357 con un tasso di

sindacalizzazione (dipendenti iscritti su dipendenti in organico) pari al 60% circa. In BCP sono presenti sei sigle sindacali. Un'attenzione particolare viene posta dalla Banca alla *sicurezza* e alla *tutela dei lavoratori* in ottemperanza alla normativa vigente (Decreto Lgs. 626/94).

Le attività poste in essere hanno riguardato da un lato il rispetto delle norme di sicurezza dall'altro la gestione e prevenzione delle emergenze. Sono stati effettuati corsi di formazione per i dipendenti incaricati di coordinare gli interventi e di fornire supporto agli altri dipendenti in caso di situazioni di pericolo.

È costante l'opera di adeguamento e ammodernamento degli impianti di sicurezza, e degli ambienti di lavoro e si è provveduto a sensibilizzare i dipendenti ad un'accorta gestione del materiale riciclabile ed al corretto smaltimento dei rifiuti speciali.

Tutti i dipendenti che utilizzano i video-terminali sono sottoposti a visite mediche periodiche.

Nel 2004 si sono verificati 4 infortuni sul lavoro.

⁴ Nel 2004 sono state indette dalle OO.SS. tre giornate di sciopero a livello nazionale e regionale.

Clienti

Il rapporto Banca-cliente è stato nel corso degli anni costantemente valorizzato. L'obiettivo è quello che, attraverso un rapporto personalizzato con la clientela, la BCP diventi sempre di più Banca di riferimento.

La disciplina sulla trasparenza delle condizioni relative a prodotti e servizi bancari persegue l'obiettivo di rendere noti ai Clienti gli elementi essenziali del rapporto contrattuale, nonché le loro variazioni.

Negli anni la nostra Banca ha adottato una serie di regole comportamentali sulla base delle linee guida dettate da Banca d'Italia e ABI. Ricordiamo:

- il **Codice di comportamento del settore bancario e finanziario** predisposto dall'ABI,
- il **Codice interno di comportamento e di autodisciplina delle attività in strumenti finanziari** finalizzato a definire un quadro più ampio e articolato delle norme di comportamento che il personale tutto e gli Organi Amministrativi e di Controllo sono tenuti ad osservare in materia di attività in strumenti finanziari,
- il **"Decalogo"** sulle norme di Vigilanza della Banca d'Italia, inserito anche sulla intranet aziendale e consultabile in maniera immediata da tutti i dipendenti.

Nell'ottica di fornire un servizio sempre trasparente nei confronti della clientela la BCP ha aderito nel 2003 a **"Patti chiari"**, un progetto dell'ABI che ha come obiettivo una nuova visione del rapporto tra banca e cliente, basato sul confronto tra gli operatori e la trasparenza delle informazioni.

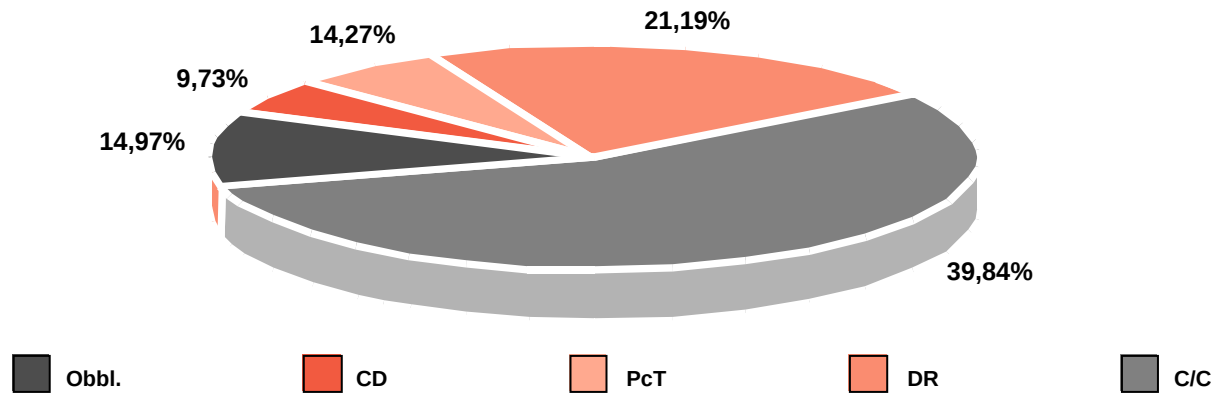
La fiducia riposta nella Banca dai clienti ha come fulcro il rapporto interpersonale con il dipendente.

L'obiettivo è quello di creare una relazione personalizzata che permetta di comprendere le esigenze del cliente e di soddisfarne i bisogni, offrendo prodotti/servizi di qualità.

La rilevante crescita dimensionale degli ultimi quattro anni ha portato da 41 a 51 il numero delle filiali (crescita del 24%) con presenze in tutti i capoluoghi di provincia, ed a 147.257 il numero dei clienti che intrattengono rapporti attivi con la BCP.



Composizione % della raccolta diretta

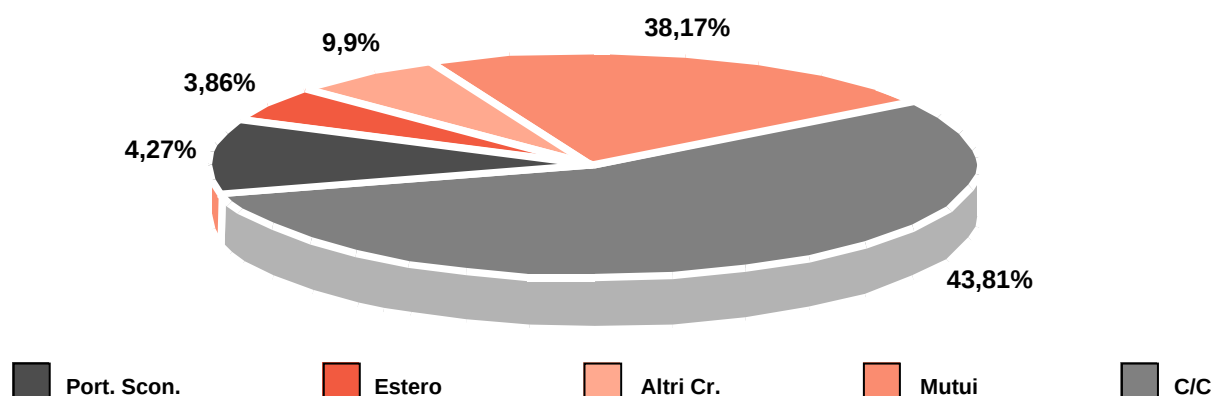


La *raccolta diretta da clientela* si è attestata al 31 dicembre 2004 su 1.671 milioni di euro, del 2,74% superiore a quella segnalata a dicembre 2003. L'attuazione della politica aziendale volta all'espansione dell'attività creditizia e, quindi, di maggiore sostegno all'economia regionale, ha fatto sì che a fine anno gli *impieghi commerciali vivi* della Banca si attestassero a circa 868 milioni di euro,

facendo segnare un incremento del 6,36% rispetto al 2003. Il conseguimento di questo risultato positivo, rilevante anche per l'impatto sul conto economico, è stato agevolato dai miglioramenti organizzativi e dal rafforzamento strutturale dell'*area crediti*.

La ripartizione per area geografica conferma il radicamento della Banca sul territorio di insediamento storico.

Composizione % degli impieghi commerciali vivi



RACCOLTA E IMPIEGHI PER PROVINCIA			
Avellino	Raccolta		2%
	Impieghi		4%
Benevento	Raccolta		2%
	Impieghi		2%
Caserta	Raccolta		9%
	Impieghi		11%
Napoli	Raccolta		82%
	Impieghi		74%
Salerno	Raccolta		5%
	Impieghi		8%

Nel corso del 2004, la Banca ha proseguito nell'attività di rinnovamento e di ampliamento della gamma dei prodotti e dei servizi offerti alla clientela nei comparti dell'impiego e della raccolta.

Per quanto riguarda i prodotti di raccolta, per il 2004 l'attenzione alle esigenze della clientela si è concretizzata con il restyling di alcuni prodotti di Conto Corrente.

Per quanto concerne i canali di finanziamento alla clientela, sono stati stipulati accordi di collaborazione commerciale con alcuni **Consorzi** territoriali. Ricordiamo la convenzione con la *Ga.Fi. Sud Scpa* (ex Confidi Caserta) e quella con il *Raggruppamento Temporaneo di Impresa* tra BNL, Artigiancassa e ICCREA Banca, al fine

- ✓ **Conto plurality** su misura per il personale del settore Alberghiero, Artigiano, Assicurativo, Commercio, Finanziario, Industria, Turistico.
- ✓ **Conto Utility** per il personale delle aziende di pubblica utilità.
- ✓ **Conto bell'età** per i pensionati.
- ✓ **Conto publi** per il personale della pubblica amministrazione.
- ✓ **Conto trend** per i liberi professionisti.

di agevolare il ricorso al credito alle piccole e medie imprese.⁵

I consorzi di garanzia intervengono in fase di perfezionamento degli affidamenti concessi dalla nostra Banca mediante rilascio di garanzia diretta. Esistono dei disciplinari di ammissione a tali fondi di garanzia, che fanno riferimento non solo al settore economico nel quale l'azienda opera, ma anche alle tipologie di operazioni ammissibili, nonché a dei parametri minimi di natura economica e finanziaria che ciascuna azienda deve avere per ottenere le ammissioni alle garanzie.

Il comparto *finanziario-previdenziale* è uno dei settori sui quali la Banca ha maggiormente puntato nel 2004 in termini di sviluppo prodotti.

A testimonianza dell'attenzione che da sempre la nostra Banca ha per la propria clientela, si è perseguito l'obiettivo di collocare prodotti che tutelassero in primo luogo il sottoscrittore e che fossero in linea con le sue esigenze. Si è collaborato in tal senso con le

controparti commerciali per il confezionamento di prodotti "ad hoc" con specifico riferimento al ramo assicurativo e della previdenza, implementando, di conseguenza, il parco prodotti e rinnovandone la comunicazione alla clientela, in linea con l'entrata in vigore della nuova normativa ISVAP (n. 533 del dicembre 2004).

Nell'ottica dell'ampliamento e del rinnovamento della gamma dei servizi offerti alla propria clientela, finalizzati a soddisfarne al meglio le esigenze, nel 2004 è stato attivato il servizio di internet banking ("bcp@home"), che consente alla clientela, anche di tipo *corporate*, di poter ricevere informazioni ed effettuare operazioni dispositive sui conti correnti ordinari intrattenuti presso le Filiali.

Il successo riscontrato, testimoniato dalla sottoscrizione di numerosi contratti nei primi mesi di vita, è stato dettato dalla semplicità di accesso, di utilizzo e sicurezza a costi contenuti per la clientela.

⁵ La Ga.Fi Sud Scpa è una trasformazione del Confidi Caserta, con un notevole ampliamento dell'ambito territoriale di riferimento, in quanto oggi può intervenire per la provincia di Caserta, Benevento, Avellino e Salerno. Agisce in favore dei propri consorziati con una garanzia al 50% dei fidi da loro proposti. La RTI gestisce un fondo di garanzia regionale per il finanziamento a medio e lungo termine degli investimenti delle PMI campane nell'ambito della misura 4.2 lettera G del complemento di programmazione al POR 2000/2006 della Regione Campania.

BCP *più*

la linea dei conti correnti creati su misura per voi

CONTO/**publi**

per il personale
della Pubblica
Amministrazione

CONTO/**plurality**

per il personale del settore
Alberghiero • Artigiano
Assicurativo • Commercio
Finanziario • Industria
Ristorazione • Turistico

CONTO/**utility**

per il personale
delle aziende
di Pubblica Utilità

CONTO/**bell'età**

per i Pensionati

CONTO/**trend**

per i Liberi Professionisti



Apri un conto corrente per avere di più!

Servizi gratuiti • Condizioni vantaggiose

Consulenza per i tuoi investimenti ed i tuoi risparmi

Piani personalizzati per la tua previdenza complementare



Vicina alle imprese, vicina alle famiglie

SEDE SOCIALE E DIREZIONE GENERALE:
TORRE DEL GRECO
Corso Vittorio Emanuele, Palazzo Vallerlonga

www.bcp.it

Fornitori

In linea con il ruolo propulsivo per lo sviluppo economico e la crescita del territorio la scelta dei fornitori predilige al massimo possibile realtà produttive locali, che siano chiaramente in possesso dei requisiti di professionalità, economicità di gestione, correttezza nei rapporti con il personale, sicurezza e qualità possibilmente certificate. Nell'anno 2004 sono stati sostenuti acquisti di beni e servizi per un totale di circa 22 milioni di euro (escluso beneficenza e imposte e tasse indirette) da 813 fornitori, di cui il 54% sono aziende locali operanti in Campania.

I rapporti con i fornitori sono ispirati a:

- ✓ *soddisfare le esigenze aziendali con soluzioni che abbiano un giusto rapporto qualità-prezzo;*
- ✓ *valori di trasparenza e correttezza negoziale in un'ottica di vicendevole collaborazione e di interscambio delle competenze;*
- ✓ *sottoporre a costante verifica la qualità dei servizi/prodotti offerti.*

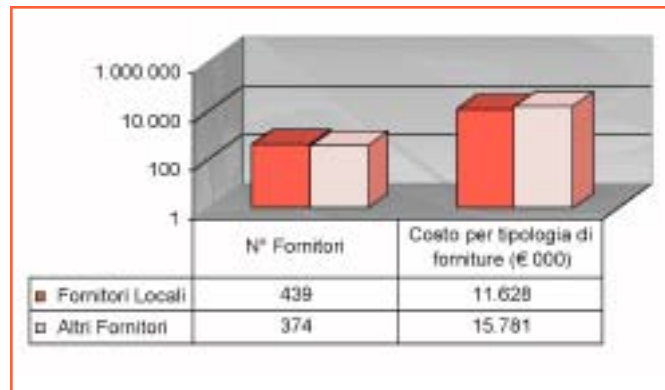
SPESE AMMINISTRATIVE - ANNO 2004

materiale vario ufficio		4%
energia elettrica, riscaldamento e acqua		3%
trasporti		3%
telefoniche, postali, trasmissione dati		12%
servizi org.ed		9%
elaborazioni elettroniche		16%
vigilanza		4%
pulizia		2%
trasporto valori		4%
spese per servizi professionali		14%
fitti e canoni passivi		7%
spese per manutenz. mobili e impianti		3%
premi di assicurazione		19%
Altre spese		

La preferenza per il partner locale non esclude, che l'azienda possa e debba ricercare al di fuori del proprio territorio soluzioni idonee alle proprie necessità, specialmente in presenza di un'offerta locale carente o inadeguata.

In tale ottica va letta la scelta operata dalla Banca di affidare al SEC di Padova l'outsourcing dei sistemi informativi, demandando il compito di supportare la Banca nelle sfide informatiche che il futuro riserva.

I fornitori tradizionali della Banca individuabili nel tessuto socio-economico locale sono: piccoli imprenditori, artigiani, professionisti. I fornitori di beni e servizi ad alto valore aggiunto appartengono ad aree territoriali diverse da quella di riferimento per la Banca. Il grafico riporta il numero di fornitori divisi in grandi famiglie di attività con



l'indicazione della distribuzione territoriale.

In un'ottica di vicendevole collaborazione e reciproco vantaggio, non sussiste contenzioso significativo con i fornitori.

Si segnala l'attività periodica di revisione dei contratti, con l'obiettivo di salvaguardare la correttezza dei rapporti giuridici attraverso la costante ricerca di chiarezza e di trasparenza.

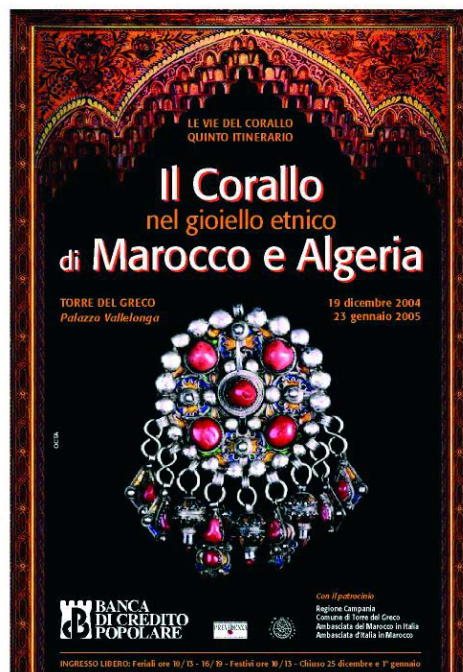
Elaborazione dati in outsourcing	Fornitori Locali		0
	Altri Fornitori		5
Consulenza	Fornitori Locali		4
	Altri Fornitori		6
Fornitura e Manutenzione informatica	Fornitori Locali		12
	Altri Fornitori		53
Telecomunicazioni ed elettricità	Fornitori Locali		5
	Altri Fornitori		15
Arredamenti	Fornitori Locali		7
	Altri Fornitori		5
Manutenzioni e immobili	Fornitori Locali		14
	Altri Fornitori		4
Editoria e Pubblicità	Fornitori Locali		41
	Altri Fornitori		45
Altri	Fornitori Locali		356
	Altri Fornitori		241

Collettività

La BCP nel corso della sua storia centenaria è da sempre attenta alle esigenze ed alle istanze sociali e culturali della comunità nella quale opera, sostenendo e favorendo iniziative destinate allo sviluppo del territorio. L'attività di sponsorizzazione e beneficenza si ricollega direttamente alla natura di banca popolare a diffusione locale, ed alla consapevolezza che un impegno permanente a sostegno dei beni e delle attività culturali crea un collegamento vitale e necessario con le città, le amministrazioni e il territorio. Numerose sono le richieste di intervento a sostegno di iniziative benefiche, culturali, sociali e sportive. Al fine di sostenere le più meritevoli il Consiglio di Amministrazione, in base all'art. 41 dello Statuto Sociale, procede nel corso dell'esercizio ad assegnazioni a titolo di liberalità per finalità **culturali** e di **interesse sociale**, di **assistenza** e di **beneficenza** nel limite del 5% dell'utile netto dell'anno precedente. In linea con i valori espressi: *attenzione al territorio, centralità della persona, formazione, solidarietà*, la Banca partecipa alla vita della comunità regionale, orientando numerosi interventi a sostegno di cultura, istruzione, sport.

Cultura

Il lungo impegno di sponsor culturale che caratterizza la BCP trova origine nella consapevolezza che nel territorio campano si concentrano un patrimonio d'arte e di cultura straordinario. Nel 2004 la Banca ha sostenuto numerose iniziative culturali. In primo luogo è stata presentata la quinta edizione della mostra biennale



dedicata alle *Vie del Corallo*, progetto culturale partito nel 1996, con cui la BCP si è proposta di riscoprire il legame esistente tra le tradizioni della Campania e di quei Paesi del lontano e vicino Oriente che, nei secoli, hanno mostrato un costante apprezzamento nei confronti del corallo, gemma preziosa dal valore simbolico e propiziatorio.

La Banca ha sostenuto e organizzato, negli ultimi otto anni, quattro mostre sotto il patrocinio della Regione Campania, del Comune di Torre del Greco e delle Ambasciate dei diversi Paesi coinvolti.

L'importante evento di questo anno intitolato *"Il Corallo nel gioiello etnico di Marocco e Algeria"* ha raccolto, in un contesto di grande suggestione, le testimonianze più significative della presenza del corallo nella cultura di

questi due grandi Paesi mediterranei. La mostra, che ha visto 20.000 presenze e il favore di esperti e di esponenti del mondo dell'arte e della cultura, è stata esposta a Palazzo Valleslonga, sede storica della Banca a Torre del Greco, con oggetti (gioielli, ornamenti e costumi del secolo scorso) provenienti da musei pubblici e privati internazionali.

È proseguita l'attività della Banca nella promozione e nella organizzazione di importanti iniziative dedicate all'approfondimento di tematiche economiche e sociali, mettendo a disposizione di associazioni, enti e istituzioni i propri locali al fine di promuovere e sviluppare riflessioni su argomenti di diretto interesse per la comunità.

L'attenzione è rivolta proprio alla crescita della cultura economica sul



Un momento della presentazione delle pubblicazioni di Gabriele Benincasa *"L'importanza di chiamarsi Enrico ed altri aneddoti su Enrico De Nicola"* e del Senatore a vita Giulio Andreotti *"La fuga di Pio IX e l'ospitalità dei Borbone"*. Auditorium Palazzo Valleslonga, gennaio 2004.

territorio nell'ottica di condividere opportunità che consentano di valorizzare ed affermare un'immagine positiva delle realtà meridionali nella comunità nazionale.

Ricordiamo la sponsorizzazione del convegno *"La Tutela dei consumatori e le ragioni dei poteri forti"* organizzato dall'ordine degli Avvocati di Torre Annunziata.

In ambito culturale la Banca ha, inoltre, concorso all'organizzazione di altri eventi che hanno contribuito a diffondere e rafforzare la conoscenza del patrimonio

artistico e culturale campano.

Nell'ambito delle arti figurative la Banca ha accolto con grande interesse l'invito della Soprintendenza Speciale per il Polo Museale Napoletano a sponsorizzare la mostra *"Pitloo, luci e colori del paesaggio napoletano"*.

Nell'ambito del programma Maggio dei Monumenti è stato sponsorizzato il concerto *"Napoli e dintorni: l'incanto dei sensi"* tenutosi all'interno dell'Orto Botanico di Portici.

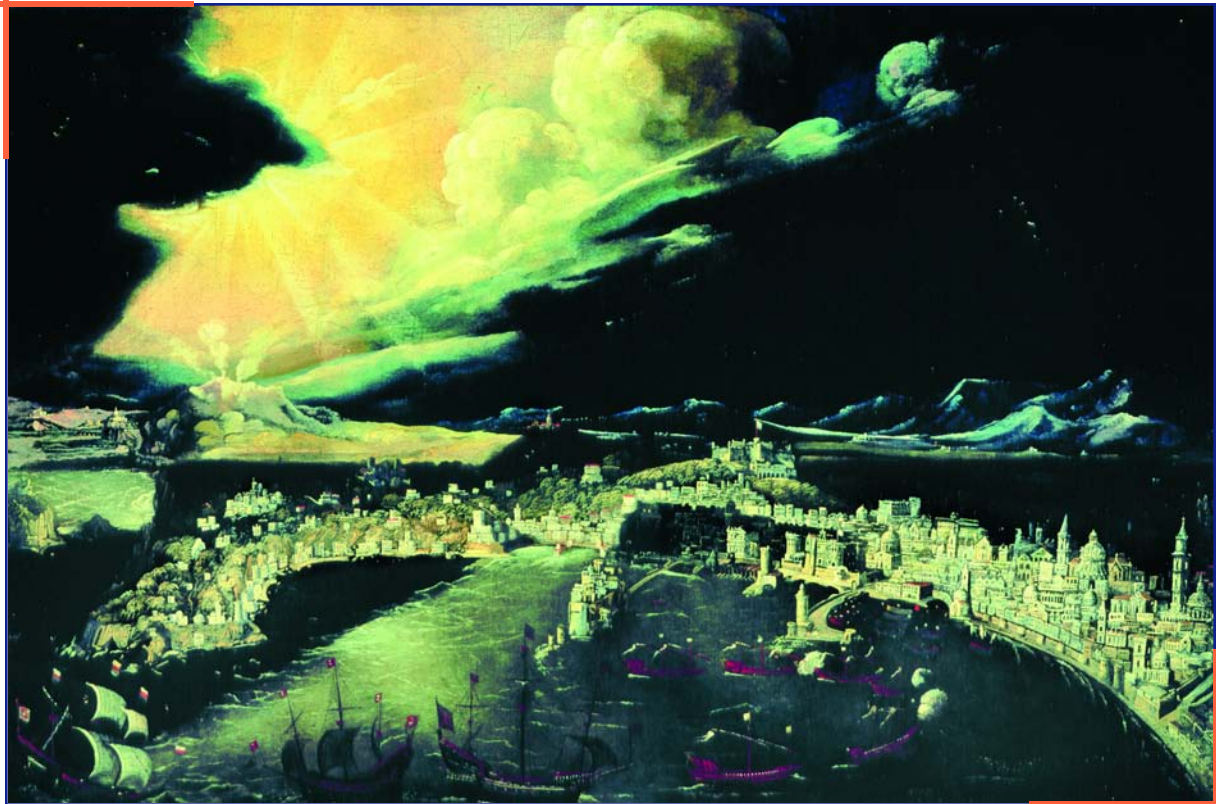
Rinnovato anche per quest'anno il contributo per la stagione concertistica



Veduta di Castel dell'Ovo, di Antoon Sminck Van Pitloo

In prestito al Ministero per i Beni e le Attività Culturali, Soprintendenza Speciale per il Polo Museale Napoletano, per la mostra *"Pitloo, luci e colori del paesaggio napoletano"*

Museo Diego Argina Pignatelli Cortes, Napoli (dicembre 2004/aprile 2005)



Veduta di Napoli, di Francois De Nomé.

In prestito al Museo de la Cour D'Or ed al Comune di Metz – Francia,
per la mostra *"Monzu Desiderio"*
Museo de la Cour D'Or, Metz (ottobre 2004/gennaio 2005)

realizzata dall'Associazione *"Alessandro Scarlatti"* di Napoli che presenta concerti di livello internazionale e svolge una qualificata attività di promozione e di divulgazione della musica.

Sempre in tema musicale, nel 2004 ricordiamo la sponsorizzazione per il *"Cimarosa Europe Festival"*, evento che ha portato alla ribalta la città di Aversa e l'illustre personaggio Domenico Cimarosa.

Menzioniamo pure il contributo all'Associazione Culturale *Cyprae* che da molti anni svolge la sua attività di promozione della cultura del mare e della civiltà mediterranea organizzando eventi di rilevanza internazionale che coinvolgono bambini ed adulti di numerose città del mondo allo scopo di divulgare la coscienza ambientale, la civiltà mediterranea e la cultura della pace.

Istruzione

Un'ulteriore opportunità per la Banca di porsi al servizio del territorio è la collaborazione con il mondo scolastico e universitario.

Convinta del ruolo fondamentale che l'istruzione svolge nella formazione dei giovani la BCP ha sostenuto diversi interventi promossi da istituzioni scolastiche.

Tra le iniziative ricordiamo: quella svolta presso l'Istituto *Pantaleo* di Torre del Greco con un progetto di seminari e stage che si prefigge di rendere più adeguata la preparazione degli studenti ai nuovi scenari del mondo del lavoro e la sponsorizzazione per il progetto scolastico *Terra delle Sirene* proposto dall'Assessorato alla Pubblica Istruzione del comune di Sorrento.

È proseguita la collaborazione con le Università di Napoli (Federico II e Parthenope) concretizzatesi nell'assistenza a tesisti e laureandi e stage di formazione presso alcune strutture della Banca.

La Banca è socio sostenitore dell'AIESEC⁶ Parthenope e sponsorizza attivamente, intervenendo con propri relatori, ad un percorso formativo sulla responsabilità sociale (*CSR Days*) insieme ad esponenti del mondo accademico ed imprenditoriale.

Altra sponsorizzazione è stata destinata alla manifestazione *EuripeJob 2004* organizzata presso la Facoltà di

Economia e Commercio Federico II.

Obiettivo della manifestazione è stato quello di orientare gli studenti universitari e neolaureati, che si apprestano ad entrare nel mondo del lavoro, fornendo loro un quadro delle attuali prospettive professionali. Anche in quest'occasione la Banca è intervenuta nell'ambito del seminario *"Le professionalità della finanza innovativa"*.

Ricordiamo, inoltre, le sponsorizzazioni per i convegni: *"La borsa italiana come fattore di competitività delle imprese"* organizzato dalla *Scuola per l'Alta Formazione Jean Monnet* e nell'ambito del Corso di formazione in Diritto Penale presso l'Università di Salerno il convegno *"Economia illegale e Mercato Finanziario"*.

Significativi sono stati gli interventi a favore di vari istituti scolastici della regione per l'acquisto di attrezzature e per sostenere particolari iniziative didattiche.

Sponsorizzazioni

Allo scopo di diffondere il proprio marchio e di consolidare il legame con il territorio la BCP effettua interventi di sponsorizzazione in diversi ambiti privilegiando richieste provenienti da soggetti residenti nelle aree di interesse della Banca che presentino progetti condivisi e assicurino un ritorno di immagine.

Quest'anno la BCP ha sostenuto finanziariamente importanti manifestazioni fieristiche. Ricordiamo: la mostra-mercato "*Mediterraneo e dintorni*" organizzata presso la Facoltà di Agraria di Portici e "*Flora 2004*" ad Ercolano dove la Banca è presente da qualche anno.

In collaborazione con la Soprintendenza per i beni Ambientali ed architettonici di Salerno è stata promossa un'iniziativa volta al recupero ed al restauro delle edicole votive dell'area salernitana.

Contributi

Le iniziative di carattere umanitario e sociale a scopo di beneficenza sono tese a migliorare la vivibilità del territorio, con particolare attenzione alle fasce più deboli della popolazione o a favore di enti no-profit.

Menzioniamo il contributo devoluto a favore delle popolazioni colpite dal maremoto del Sud Est asiatico. Sempre nell'ambito della salvaguardia delle antiche tradizioni e culture dei nostri luoghi, da ricordare il sostegno dato ai Comitati di feste patronali e parrocchie. A fronte delle molteplici richieste, la BCP ha risposto con l'erogazione di numerosi contributi per il recupero e la salvaguardia delle tradizioni della regione Campania. In quest'ambito l'intervento più significativo

è stato a favore della festa patronale di Torre del Greco "*Festa dei 4 altari*".

Sport

La funzione sociale della Banca si esprime anche nell'intervento a sostegno di iniziative e manifestazioni sportive di diverso livello.

Sono stati elargiti contributi a favore di associazioni sportive nella convinzione che lo sport rappresenta un fattore di crescita per i giovani a forte valenza formativa.

Si segnalano: le sponsorizzazioni per la stagione calcistica della *Turris*, della *Juve Stabia* e della *A.C. Gaudianum Ercolano*. Un contributo è stato devoluto anche al *Centro Studi Tradizioni Nautiche* della lega Navale Italiana.

Ricordiamo, poi, la sponsorizzazione per la partita di calcio "*Una Partita per la Libertà*" tra la nazionale piloti-attori e la nazionale parlamentari il cui incasso è stato devoluto per le famiglie dei caduti di Nassirya, e quella per la "*Festa del mare 2004*" organizzata dalla lega navale italiana nel porto di Torre del Greco.



Istituzioni

La BCP si relaziona con altre banche, istituzioni finanziarie, enti pubblici, istituzioni ed associazioni con cui ha sviluppato stabili e strette relazioni.

I rapporti con *Banca d'Italia*

costituiscono una preziosa occasione di confronto e di crescita, come pure i rapporti con la *Consob* e l'*UIC*, per le loro aree di competenza, sono ampiamente rodati ed improntati alla massima collaborazione.

La Banca partecipa attivamente a molteplici iniziative dell'*ABI* con cui costante è lo scambio di informazioni e comunicazioni.

Intrattiene, inoltre, ottimi rapporti di collaborazione con l'*Associazione Nazionale fra le Banche Popolari*.

La Banca aderisce al *Fondo Interbancario di Tutela dei Depositi*, il cui scopo è quello

di garantire i depositanti delle Banche consorziate.

Le relazioni con le *Istituzioni pubbliche* sono considerate un caposaldo della politica territoriale; l'obiettivo è di sviluppare, anche in questo settore servizi ed opportunità di lavoro che creino valore percepito dalle autonomie locali e dai cittadini.

La BCP nel perseguire la sua politica di legame con il territorio ha sviluppato ulteriormente i propri **servizi di cassa e di tesoreria** presenti in 48 comuni, 3 comunità montane, 19 altri servizi istituzionali e 175 servizi di cassa.

Il servizio interessa l'intero movimento della gestione finanziaria degli Enti comprese le operazioni di riscossione e pagamento nei rapporti tra cittadini ed enti pubblici.



Evoluzione della gestione

È una proposta di orientamento per la futura gestione con la presentazione di un sistema di rilevazione atto a cogliere il grado di consenso ottenuto dalla Banca al fine di migliorare e soddisfare le aspettative legittime degli interlocutori.

Orientamento del processo

Anche quest'anno è stato predisposto un questionario per attivare uno scambio di informazioni, conoscere le aspettative dei nostri interlocutori e misurare il grado di consenso raggiunto dalla Banca con il proprio operato. In un'ottica di miglioramento continuo, la Banca provvederà a monitorare la coerenza delle scelte gestionali rispetto ai valori di riferimento e ad indicare gli orientamenti di miglioramento sulla scorta dei risultati rilevati dalle

aspettative degli stakeholder.

L'obiettivo è quello di creare strategie aziendali coerenti sia con i valori condivisi sia con le aspettative legittime del territorio.

Quindi, ogni anno verranno indicati gli obiettivi per l'anno successivo con l'evidenza del grado di raggiungimento degli stessi.

Per il **2005** la BCP si pone questi obiettivi:

- Proseguire il dialogo con gli stakeholder interni ed esterni raccogliendo le loro valutazioni e suggerimenti
- Continuare nel percorso orientato alla crescita professionale delle Risorse Umane
- Investire sulla formazione per accrescere le conoscenze da fornire agli operatori
- Interagire maggiormente con le imprese del territorio e proporsi come partner privilegiato
- Sviluppare la diffusione della cultura economica
- Monitorare il grado di soddisfacimento della clientela
- Rendere più incisivo il processo di trasparenza nelle relazioni con la clientela
- Esaminare e recepire le proposte di miglioramento del Bilancio Sociale

Scheda di valutazione

Al fine di migliorare le prossime edizioni del Bilancio Sociale, Vi preghiamo di compilare il questionario alla pagina successiva.

Le osservazioni che ci perverranno diventeranno un importante punto di partenza per innovare la prossima edizione di questo documento e soprattutto intraprendere un processo di adeguamento operativo basato sull'interscambio con i nostri interlocutori.

Ulteriori suggerimenti, indicazioni ed osservazioni, potrete trasmetterli:

- all'indirizzo e-mail: **studi@bcp.it**
- via fax al numero: **081/3581455-457**

Banca di Credito Popolare di Torre del Greco
Ufficio Studi e CdG
Palazzo Vallelonga, 92/100
80059 - Torre del Greco

Una scheda di valutazione sarà inserita anche nel **sito internet aziendale www.bcp.it** e potrà essere compilata "on line".

Vi ringraziamo per la cortese collaborazione.



Nome*		Cognome*	
Sesso		Età	
Prov. di residenza		Professione	

Categoria di stakeholder			
Socio (si/no)		Cliente (si/no)	
Fornitore (si/no)		Dipendente (si/no)	
E-mail			

Che giudizio ritiene di assegnare al Bilancio Sociale 2004 della BCP?				
	negativo	positivo	buono	ottimo
Completezza delle informazioni	☐	☐	☐	☐
Chiarezza espositiva	☐	☐	☐	☐
Efficacia della comunicazione	☐	☐	☐	☐
Approfondimento delle tematiche	☐	☐	☐	☐
Impegno aziendale in tema di RS	☐	☐	☐	☐
Capacità di generare valore	☐	☐	☐	☐
Utilità	☐	☐	☐	☐

Quale valutazione ritiene di poter attribuire al Bilancio Sociale?			
Propositivo	☐	Non verificabile	☐
Utile	☐	Poco utile	☐

Osservazioni e Suggerimenti

Con l'entrata in vigore della Legge n. 675/96, recante disposizioni per la tutela delle persone e di altri soggetti rispetto al trattamento dei dati personali, la BCP in qualità di titolare del trattamento è tenuta a fornire alcune informazioni riguardanti l'utilizzo dei dati personali.

SI ☐ NO ☐

Consenso per quanto riguarda il trattamento, da parte della Banca dei miei dati a fini di informazione commerciale, ricerche di mercato, offerte dirette di prodotti o servizi offerti dalla BCP.

Data..... firma.....

**Se lo desidera può omettere Nome e Cognome*

Glossario

ABI

Associazione Bancaria Italiana

Accountability

Letteralmente “rendere conto”.

Aziende e organizzazioni devono essere in grado di rendere conto pubblicamente i propri comportamenti. L’accountability è il corollario della trasparenza.

Bilancio sociale/ambientale

Strumento volontario contabile, di gestione, di analisi, di controllo che fornisce un quadro organico delle interrelazioni dirette tra l'impresa, l'ambiente e gli stakeholder.

Certificazione ambientale

Documento ottenuto a seguito della valutazione del sistema di gestione che ne attesta la qualità in termini ambientali e rappresenta un valido strumento per affermare la propria responsabilità sociale d'impresa.

Certificazione sociale

Attestazione che un soggetto abilitato rilascia ad un altro soggetto al fine di garantire che un determinato standard sociale venga rispettato. Non esiste però ancora uno standard riconosciuto a livello internazionale.

Comitato etico

Organo collegiale, composto da un numero limitato di persone di alto profilo, che svolge funzioni consultive rispetto al management di un’organizzazione su questioni che attengono la responsabilità sociale e l’etica del business.

Corporate

Letteralmente “impresa”. Con attività corporate si indica l’attività di gestione delle relazioni con le imprese.

Corporate Governance

Il complesso interdisciplinare di regole e di criteri relativo ai sistemi di direzione e controllo delle società.

CRM (*Customer Relationship Management*)

Sistema di gestione centralizzato di tutti i rapporti e i dati concernenti la clientela.

CSR (*Corporate Social Responsibility*)

E’ un modo di fare impresa in cui le aziende sono chiamate a coniugare i comportamenti volti al perseguimento del profitto con l’esercizio di funzioni socialmente rilevanti per l’interesse generale della comunità.

IBS

Istituto Europeo per il Bilancio Sociale.

Identità aziendale

Definisce il paradigma di riferimento di un’impresa, inteso come insieme di valori, principi, obiettivi che ne definiscono l’orientamento strategico e ne guidano l’attività.

GRI (*Global Reporting Initiative*)

Associazione Internazionale che studia i temi legati alla responsabilità sociale d’impresa.

Mission

Esplicita la filosofia dell'azienda e gli obiettivi che si prefigge.

Rating Etico

Processo di valutazione dei comportamenti sociali dell'azienda da parte di un soggetto terzo indipendente.

Retail

Letteralmente "al dettaglio". Retail banking indica un'operatività bancaria rivolta prevalentemente alle famiglie consumatrici ed alle piccole imprese.

Responsabilità sociale d'impresa (RSI)

Integrazione volontaria delle implicazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate.

Shareholder

Identifica il possessore delle azioni.

Stakeholder

Tutte le categorie di soggetti che possono influenzare, essere influenzati o avere un interesse per le attività dell'impresa/banca: dipendenti, azionisti, clienti,

comunità locale, istituzioni, fornitori, generazioni future.

Sviluppo Sostenibile

Sviluppo che soddisfa i bisogni attuali senza compromettere quelli delle generazioni future.

Triple Bottom Line

È un approccio integrato che, nell'ottica dello sviluppo sostenibile, considera congiuntamente gli aspetti economico-finanziari, sociali e ambientali.

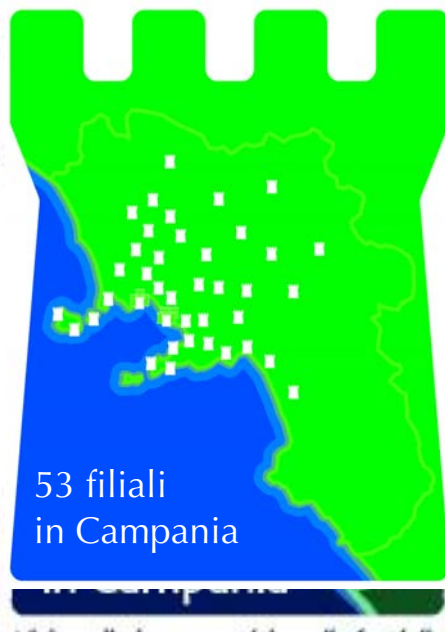
Turnover

Termine che indica il numero di volte che il personale di un'azienda viene mediamente sostituito durante un periodo di tempo di riferimento.

Valore Aggiunto

Dal punto di vista del Bilancio Sociale il VA misura la ricchezza prodotta dall'azienda nell'esercizio, con riferimento agli interlocutori (stakeholder) che partecipano alla sua distribuzione.

BCP è qui.
Vicina a voi.



**SEDE SOCIALE
E DIREZIONE GENERALE**

TORRE DEL GRECO
Palazzo Valleslonga
Corso Vittorio Emanuele, 92/100
Tel. 081 358 11 11
Fax 081 849 14 87

CENTRO SERVIZI

SANTA MARIA LA BRUNA
Viale Europa, 63
Tel. 081 358 11 11
Fax 081 847 27 52

FILIALI

TORRE DEL GRECO

- Corso Vittorio Emanuele, 92/100
Tel. 081 358 14 96 · 358 14 35
- Corso Vittorio Emanuele, 175
Tel. 081 881 17 81 · 849 37 31
- Corso Umberto I, 5
Tel. 081 358 12 00 · 358 12 04
- Via Benedetto Croce, 4/6
Tel. 081 881 39 95 · 881 39 87
- Via Fontana, 5
Tel. 081 881 51 84 · 881 41 44
- Via Nazionale, 116
Tel. 081 881 39 90 · 881 39 97
- Via Nazionale, 587
Tel. 081 847 53 31 · 847 53 37
- Viale Europa, 63
Tel. 081 847 27 42 · 847 27 43
- Piazza Martiri d'Africa, 8
Tel. 081 881 89 36 · 881 91 47

NAPOLI

- Via Galileo Ferraris, 183
Tel. 081 734 93 34 · 734 93 36
- Via Nazionale, 116
Tel. 081 26 69 00 · 26 67 41
- Corso Secondigliano, 262
Tel. 081 754 11 80 · 754 11 80

- Via San Giacomo, 16
Tel. 081 551 42 83 · 551 44 98
- Via Nazionale, 116
Tel. 081 26 69 00 · 26 67 41

PROVINCIA DI NAPOLI

- ACERRA
Corso Italia, 49
Tel. 081 520 12 19 · 885 74 25
- AGEROLA
Viale della Vittoria, 80
Tel. 081 879 15 05 · 879 18 92
- BRUSCIANO
Via Camillo Cucca, 300
Tel. 081 886 13 77 · 886 12 48
- CASAVATORE
Via Salvator Rosa, 24
Tel. 081 738 98 38 · 738 31 11
- CASORIA
Via Nazionale delle Puglie, 195
Tel. 081 250 70 71 · 250 70 52
- CASTELLAMMARE DI STABIA
Piazza Unità d'Italia, 4
Tel. 081 870 10 81 · 871 29 23
- ERCOLANO
Via IV Novembre
Tel. 081 739 09 60 · 739 64 21
- FORIO D'ISCHIA
Via Francesco Regine, 13
Tel. 081 99 80 82 · 99 82 75
- FRATTAMAGGIORE
Via Vittorio Emanuele, 113
Tel. 081 830 55 67 · 835 45 20
- GRAGNANO
Via Santa Caterina
Tel. 081 801 30 20 · 801 30 09
- ISCHIA
Via Porto, 6
Tel. 081 98 51 51 · 98 51 15
- MARANO
Corso Europa, 48
Tel. 081 742 50 44 · 742 50 07
- MONTE DI PROCIDA
Via Pedeccone, 5
Tel. 081 868 33 79 · 868 33 80
- NOLA
Interporto Campano - Lotto C1
Tel. 081 510 94 57 · 510 94 48
- PIANO DI SORRENTO
Via delle Rose, 13
Tel. 081 808 86 29 · 808 87 42
- PORTICI
Viale Tiziano, 7
Tel. 081 27 53 11 · 27 53 18
- POZZUOLI
Corso Terracciano, 28
Tel. 081 526 63 71 · 526 51 04
- PROCIDA
Via Roma, 21
Tel. 081 896 81 16 · 896 81 29
- SAN GIORGIO A CREMANO
Piazza Massimo Troisi, 22
Tel. 081 48 43 02 · 48 23 00
- SAN SEBASTIANO AL VESUVIO
Piazzale Municipio
Tel. 081 771 82 66 · 771 92 64
- SORRENTO
Viale degli Aranci, 96
Tel. 081 807 32 62 · 807 32 61

- TORRE ANNUNZIATA
Corso Umberto I, 218
Tel. 081 537 04 23 · 537 04 25

AVELLINO

- Via Berardi, 11
Tel. 0825 22 381 · 22 378

PROVINCIA DI AVELLINO

- MERCOGLIANO
Via Monte Santangelo, 24
Tel. 0825 78 81 14 · 78 81 32
- NUSCO
Via Fontanelle, 12
Tel. 0827 64 343 · 64 640
- SOLOFRA
Via Fratte, 53
Tel. 0825 53 20 58 · 53 20 77

BENEVENTO

- Via Giovanni De Vita, 5
Tel. 0824 43 284 · 21 336

PROVINCIA DI BENEVENTO

- SANT'AGATA DEI GOTI
Piazza Trieste, 14
Tel. 0823 95 38 33 · 95 39 97

CASERTA

- Via Nazionale Appia, 32
Tel. 0823 49 37 00 · 49 36 46

PROVINCIA DI CASERTA

- AVERSA
Piazza Magenta, 18
Tel. 081 813 06 78 · 813 06 07
- CERVINO
Via Principe Umberto, 13
Tel. 0823 31 12 11 · 31 14 00
- MADDALONI
Via San Francesco d'Assisi, 26
Tel. 0823 40 52 15 · 40 54 35
- MARCIANISE
Via Cesare Battisti, 9
Tel. 0823 83 97 10 · 83 98 94
- PIEDIMONTE MATESE
Piazza Roma, 39
Tel. 0823 91 28 66 · 91 27 97

SALERNO

- Via Roma, 22
Tel. 089 25 13 64 · 22 28 63
- Via San Leonardo, 51
Tel. 089 33 81 92 · 33 08 44

PROVINCIA DI SALERNO

- BATTIPAGLIA
Via Adige, 8
Tel. 0828 37 07 63 · 67 98 16
- CAVA DEI TIRRENI
Viale G. Marconi, 40/42
Tel. 089 34 41 20 · 34 20 60
- SAN VALENTINO TORIO
Piazza V. Spera, 10
Tel. 081 95 50 36 · 95 72 85
- SCAFATI
Via Martiri d'Ungheria, 121
Tel. 081 856 28 53 · 856 28 54

Tel. 081 856 28 53 · 856 28 54



Finito di stampare
nel mese di Aprile 2005
da **A.C.M. S.p.A.** - Torre del Greco (Na)