

Bilancio Sociale 2005

Indice

Presentazione	pag. 5	- Iniziative aziendali in favore delle risorse umane
Premessa metodologica	pag. 7	- Iniziative ricreative in ordine al tempo libero (Cral BPLazio)
- Glossario		- Gestione aziendale in ordine alla prevenzione, sicurezza e salute
- Modello di redazione		- Comunicazione
- Gruppo di Lavoro		- Relazioni sindacali
- Processo di redazione		
Identità aziendale	pag. 13	
- Storia		I Clienti pag. 49
- Missione e Disegno strategico		- L'attività di raccolta ed impiego
- Valori e Codice etico		- Attività "socialmente responsabili" per la clientela
- Assetto Istituzionale e Organizzativo		
Rendiconto	pag. 23	La Collettività pag. 59
- Conto Economico riclassificato D.Lgs 87/92		- Attività di intervento nel sociale
- Prospetto della produzione del Valore Aggiunto		
- Prospetto di distribuzione del Valore Aggiunto		Lo Stato, gli Enti e le Istituzioni pag. 65
Relazione di scambio sociale	pag. 29	- Servizi di tesoreria
I Soci.	pag. 31	- Servizio riscossione tributi
- Politica di sviluppo del corpo sociale		- Rapporti con Autorità di Vigilanza e Magistratura
- Politiche di prodotto/prezzo		- Organismo di Vigilanza ex D.Lgs 231/01
- Politiche di remunerazione		
- Politiche di comunicazione (Investor Relations)		I Fornitori pag. 69
Le Risorse Umane	pag. 39	- Politica di acquisto
- Politiche di crescita delle risorse umane		- Condizioni negoziali
- Attività sulla formazione, valutazione e valorizzazione dei dipendenti		- Outsourcing e consulenze

Presentazione del documento

In questo documento - alla sua prima edizione - si parla di valori, di responsabilità sociale, di sviluppo sostenibile.

Temi nuovi, termini che sembrerebbero non riguardare affatto il mondo economico e l'economia aziendale; in realtà, questi concetti ne fanno parte a pieno titolo, permeando gli obiettivi aziendali, i programmi, i budget e l'operatività quotidiana.

Cosa significa per un'impresa essere socialmente responsabile?

Significa non solo soddisfare pienamente gli obblighi giuridici applicabili ai diversi rapporti intrattenuti con soci, dipendenti, clienti, fornitori, istituzioni, comunità circostante, (c.d. stakeholders), ma anche "andare al di là", investendo nel capitale umano, nell'ambiente e nei rapporti con tutti i portatori di interessi sociali (cfr. "Green Paper" della UE).

L'impresa è quindi definita socialmente responsabile quando, nel suo progetto imprenditoriale, riesce a considerare l'Uomo e la sua sfera di valori. Tale impostazione consente alla stessa di conciliare ed integrare le proprie competenze e capacità di generare profitto, con una spiccata sensibilità verso le esigenze di natura sociale ed ambientale, espresse da ciascuna categoria di stakeholder, il cui fine ultimo è la valorizzazione dell'Uomo.

... "andare al di là" è esattamente l'unico mezzo che l'Azienda ha per acquisire nel tempo quel consenso che è foriero di vantaggi e fortune durevoli. Il consenso, quello vero, richiede tempo, perché implica condivisione e coerenza, ma restituisce valori importanti quali fiducia, credibilità e fedeltà.

Con il bilancio sociale, la Banca intende rendicontare (o raccontare) il proprio impegno sociale, evidenziando i propri valori, la propria missione, il valore aggiunto prodotto e distribuito e le relazioni intercorrenti con i diversi interlocutori.

Questa prima edizione rappresenta l'attuale fotografia della Banca nei suoi rapporti con tutti i portatori di interesse, sebbene il documento abbia anche l'obiettivo di rendere trasparente e testimoniare l'azione della Banca in un "processo" di gestione socialmente responsabile; divenire uno strumento per misurare e migliorare la sua capacità di cogliere le istanze degli stakeholders, al fine di accrescere la loro "soddisfazione" nell'essere e sentirsi parte del sistema impresa e, contemporaneamente, migliorare il benessere di quest'ultima, garantendone e sostenendone la crescita nel medio lungo termine.



Premessa metodologica *Descrive le regole seguite dalla Banca Popolare del Lazio per redigere il proprio bilancio sociale.*

Fornisce, oltre un piccolo glossario, indicazioni sul modello prescelto (struttura del bilancio) e sulla metodologia di lavoro (gruppo di lavoro e processo di redazione).

Glossario

Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI) o Corporate Social Responsibility (CSR)

Il Libro Verde della Commissione Europea definisce la Responsabilità Sociale d'Impresa, come “l'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate” (c.d. stakeholders).

La definizione sottende una sorta di attenzione imprenditoriale rivolta all'Uomo ed alla creazione di Valore per esso, che comporta una rivisitazione dei processi attraverso i quali l'impresa, il cui obiettivo è e resta la produzione di ricchezza, giunge alla generazione della stessa.

Stakeholder

In senso letterale è il portatore d'interesse, altrimenti detto parte interessata.

Nel lessico della responsabilità sociale, possiamo definire stakeholders quei gruppi di soggetti, ovvero quelle istituzioni rappresentative di interessi di gruppi, che hanno una “posta in gioco” nella conduzione dell'impresa; sia perché scambiano o apportano contributi di vario genere, comunque essenziali, sia perché subiscono in modo rilevante per il loro benessere, gli effetti esterni, positivi o negativi, delle attività dell'impresa. Gli stakeholders possono essere soggetti interni all'organizzazione aziendale, come i dipendenti e gli azionisti/soci; oppure esterni,

come i clienti, i fornitori, le Istituzioni pubbliche, le comunità e anche i c.d. opinion leader e i media. In ogni caso tutti coloro che contribuiscono, anche se in maniera differente e specifica, con o senza un legame giuridico sottostante, alla realizzazione degli obiettivi e dei risultati dell'impresa e si aspettano di godere in certa misura dei benefici prodotti.

Sviluppo sostenibile

È per definizione ufficiale quello che soddisfa i bisogni dell'attuale generazione senza compromettere la capacità di quelle future di rispondere ai propri. Esistono anche altre definizioni, le quali hanno tutte in comune la necessità di conciliare tre dimensioni: l'equilibrio economico, quello sociale e quello ambientale.

In sostanza, la piena dimensione del concetto è quella che include la “sostenibilità economica”, che mira al mantenimento del capitale e garantisce la capacità di continuare a produrre reddito nel tempo; “la sostenibilità sociale”, che si esprime nel rispetto dei diritti umani e civili dei cittadini e nell'accesso alle opportunità di sviluppo; infine, la “sostenibilità ambientale”, che mira al mantenimento della funzionalità del sistema ecologico. Queste tre dimensioni hanno un comune denominatore nel concetto di durvolezza: una soluzione per essere sostenibile deve reggere il confronto con il tempo.

Valore

Il Valore, inteso come la migliore espressione dell'attività umana, è non soltanto quello economico, ma anche quello conseguente all'obiettivo sociale ed ambientale. Altresì, il valore non è solo quello per gli azionisti, ma anche quello per le risorse umane, per i clienti, i fornitori e in generale per la collettività.

Modello di redazione

Il modello di Bilancio Sociale della Banca Popolare del Lazio si ispira a quello proposto dall'Associazione Bancaria Italiana (ABI) e dall'Istituto Europeo per il Bilancio Sociale (IBS) per il settore del credito (modello ABI/IBS).

La presentazione e l'articolazione dei contenuti suggeriti sono stati adattati alle specifiche caratteristiche della Banca ed alle intenzioni del Gruppo di Lavoro appositamente costituito. Alla sua prima edizione, questo documento si compone solamente di tre sezioni:

- I. Identità Aziendale, in cui partendo dalla storia della Banca e dai valori da essa riconosciuti e protetti, viene resa esplicita la missione, viene tracciato per linee guida il disegno strategico ed i programmi, nonché l'assetto istituzionale e di governance della Banca.

II. Rendiconto, per evidenziare il processo di formazione della ricchezza (valore aggiunto) e come essa è stata distribuita agli stakeholders.

III. Relazione di scambio sociale tra la Banca ed il contesto in cui opera, quindi le specifiche modalità di relazione in termini quantitativi e/o qualitativi.

Gruppo di lavoro

Nel corso del 2005, è stato costituito un gruppo di lavoro interfunzionale.

Infatti, proprio in riferimento alla evidente dimensione multistakeholders del progetto, si è ritenuto che la partecipazione ed il coinvolgimento di più funzioni aziendali, opportunamente scelte in base alle competenze richieste, fosse un requisito fondamentale per la sua corretta realizzazione.

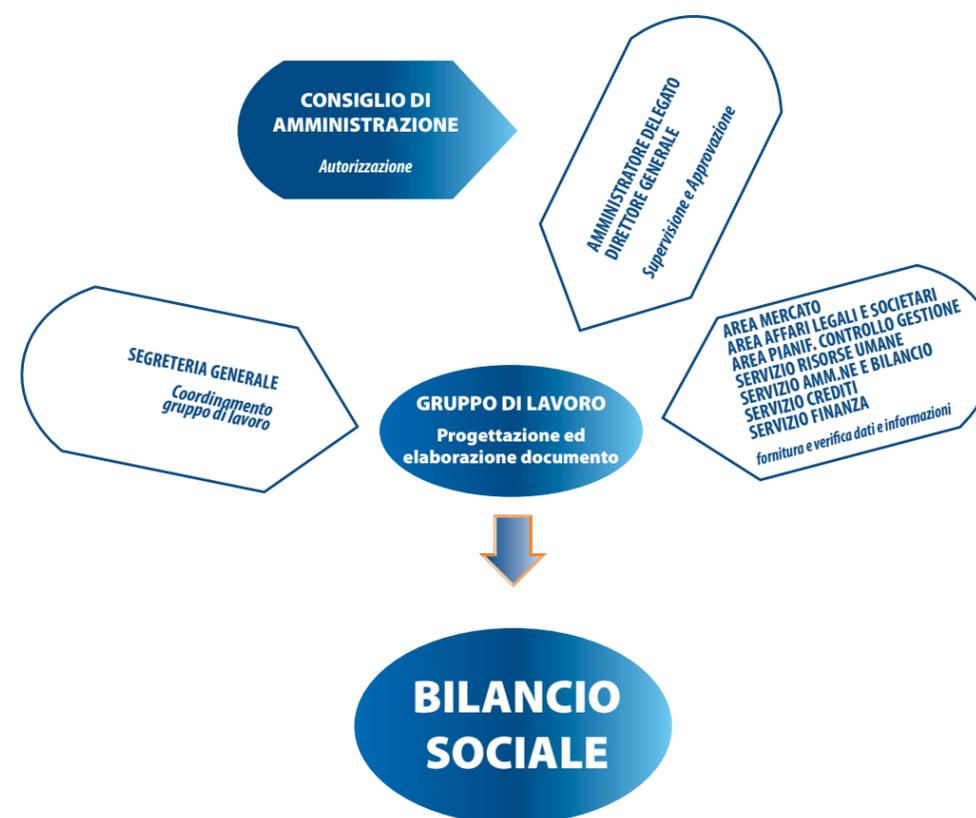
Il gruppo, costituito su indicazione dell'Amministratore Delegato e del Direttore Generale, è coordinato dalla Segreteria Generale ed è formato dalle seguenti funzioni:

- Area Mercato
- Area Affari Legali e Societari
- Area Pianificazione e Controllo di Gestione

- Servizio Risorse Umane
- Servizio Amministrazione e Bilancio
- Servizio Crediti
- Servizio Finanza

Processo di redazione

Il processo di redazione del bilancio sociale da parte del gruppo di lavoro può essere così rappresentato e sintetizzato:





Identità aziendale *Viene tracciato un profilo dell'Azienda, partendo dalla sua storia e dai valori da essa riconosciuti e protetti; viene resa esplicita la missione, descritto per linee guida il disegno strategico ed i programmi, nonché l'assetto istituzionale e di governance della Banca.*

Storia: dalle origini alla Banca Popolare del Lazio

- L'iniziativa ebbe origine nel 1904 nell'ambito del Ricreatorio cattolico "Silvio Pellico" di Velletri. In quell'epoca, tale Ricreatorio era un luogo d'incontro tra illuminati personaggi dell'ambiente cattolico veliterno, i quali, dibattendo i temi sociali del momento, sentirono l'esigenza di dare vita ad una struttura finanziaria che provvedesse a dare specifica protezione alle classi meno abbienti. Si denominò "Cassa Agricola Operaia". La neo-costituita ebbe un rapido sviluppo e beneficiò anche del sostegno di lire 1.000 che il Santo Padre ordinò di donare alla istituenda "Cassa Agricola Operaia". Il gesto munifico del Papa indusse gli Amministratori della Cassa a denominarla "Pio X" in segno di riconoscenza.
- Nel 1937 cambiò la denominazione in "Banca Cooperativa Pio X" poiché non rientrò deliberatamente nella veste giuridica di Cassa Rurale e Artigiana come previsto dall'art.1 della nuova Legge. L'evento fu significativo poiché la Banca divenne partecipante alla categoria delle "Popolari".
- La sede della Banca venne distrutta nel bombardamento di Velletri il 22 gennaio 1943. Le sostanze finanziarie furono trasferite a Roma, ove alcuni meritevoli amministratori continuarono l'attività. Passato il periodo bellico la Banca tornò a Velletri e, sotto la guida di capaci amministratori realizzò un efficace sostegno alla ripresa delle attività cittadine, assorbendo altresì alcune Casse Rurali dei paesi vicini e avviando un processo di crescita territoriale.
- Lo sviluppo che la Banca andava assumendo impose una rivisitazione efficace del modello organizzativo e gestionale, ancora improntato a schemi primordiali. Cambiarono i vertici della Banca e, sopperendo alle esigenze indicate in precedenza, si diede luogo ad un potenziamento dei presidi operativi, aprendo filiali in ambienti con caratterizzazione economica di maggiore valenza produttiva.
- Negli anni che seguirono, la Banca avvertì l'esigenza di sostituire nella sua denominazione la parola "Cooperativa" con "Popolare", per una più evidente riconoscibilità nei luoghi d'insediamento operativo.

➤ Il 1994 rappresentò l'anno conclusivo per un accordo di fusione tra la Banca Popolare "Pio X" e la Banca Popolare di Terracina. Nacque la Banca Popolare del Lazio.

➤ Alla fine del 2005, la Banca Popolare del Lazio è presente sul territorio con 40 filiali distribuite tra le province di Roma, Latina e Frosinone. Dall'inizio dell'anno è attiva un'ulteriore filiale sulla piazza di Roma.

La crescita della rete territoriale, avvenuta negli ultimi venti anni, è andata di pari passo con la crescita della struttura interna, la quale ha affrontato molteplici cambiamenti organizzativi e strutturali nell'intento di garantire livelli di gestione efficace ed efficiente.

In quest'arco temporale, l'attività della Banca Popolare del Lazio ha subito un mutamento sostanziale: forti spinte competitive da un lato, massiccia e continua introduzione di normativa regolamentare a tutela dei mercati e dei suoi operatori, dall'altro. L'effetto di entrambe è stato ed è tuttora una continua evoluzione ed innovazione verso traguardi sempre più sfidanti, che inevitabilmente, trovano posto nei disegni strategici e nei piani operativi.

Sono proprio i traguardi che l'Azienda si pone e, soprattutto, quanto di essi riuscirà a realizzare, attraverso opportuni aggiustamenti dei modelli organizzativi e gestionali, che andranno a tracciare la sua STORIA FUTURA.

TRADIZIONE, EVOLUZIONE, INNOVAZIONE

tre parole per esprimere tre fondamentali valori guida in Banca Popolare del Lazio.

Ognuna di loro ha ovviamente un preciso significato, ma esiste anche una chiave di lettura che fa emergere un concetto più profondo:

“Guardare indietro è importante per avere il conforto delle esperienze e, di conseguenza, per avere rispetto dei principi che hanno sempre sostenuto l'azione della Banca nella sua realizzazione secolare, ma è oltremodo utile alimentare un processo di sviluppo che poggi sulle capacità degli interpreti di saper cogliere le istanze che il contesto socio-economico propone per una evoluzione competitiva”.

Ancor più importante è che tale evoluzione, avvenga in un'ottica di sviluppo sostenibile cioè rispettoso del contesto sociale ed ambientale in cui l'evoluzione stessa produce i suoi effetti.

Da sempre la Banca ha manifestato particolare riguardo nel contemperare i valori che pongono la Persona al centro dell'attenzione con le necessità evolutive del sistema economico ed ha continuamente cercato di legare la sua efficiente caratteristica operativa con il senso profondo di responsabilità che ha verso l'ambiente a cui ha rivolto il servizio.



Missione e Disegno strategico

La Missione aziendale concretizza l'obiettivo principe della Banca; essa stabilisce la finalità e gli scopi fondamentali che la Banca intende perseguire attraverso la sua attività.

La Banca Popolare del Lazio si propone di divenire una banca regionale, perseguendo il rafforzamento del business nel segmento operativo retail ed alimentando il ruolo di “banca dell'impresa e dell'imprenditore”. Di realizzare un modello di banca moderna ed efficiente che ha l'intento di accrescere il VALORE per tutti i suoi stakeholders.

Al fine di perseguire la missione aziendale ed essere la Banca di riferimento per la clientela è necessario offrire una gamma completa e integrata di prodotti/servizi, cogliere gli effettivi fabbisogni del cliente, valutarne correttamente i rischi, dare risposte tempestive e accompagnarlo nei processi di crescita e sviluppo.

La Banca intende esercitare l'attività finanziaria e creditizia, offrendo qualificati servizi alle famiglie ed impegnandosi per lo sviluppo sostenibile del sistema imprenditoriale locale. L'obiettivo della creazione di valore per gli azionisti viene dunque perseguito nell'ottica della sua sostenibilità nel tempo, attraverso una “gestione socialmente responsabile” e nel contesto di un'attenzione costante alle esigenze di tutti gli interlocutori dell'Azienda.

Valori e Codice etico

I Valori della Banca Popolare del Lazio, che si rintracciano nei suoi oltre 100 anni di storia, sono innanzitutto *L'IDENTITÀ POPOLARE*, quindi lo *SPIRITO COOPERATIVISTICO* al quale consegue il *MUTUALISMO*; il *LOCALISMO*, intendendo quest'ultimo non come delimitazione geografica, ma come profonda conoscenza del territorio in cui si opera, al fine di promuoverne anche lo sviluppo, attraverso un forte sistema di

relazioni tra tutti gli attori della comunità locale. La Banca riconosce per la sua azione il valore espresso dalla *CENTRALITÀ DELLA PERSONA*, in tutte le sue molteplici vesti e relazioni: quale socio, cliente, dipendente, fornitore ecc.

Riconosce, inoltre, anche i valori che presiedono alla qualità di ciascuna delle citate relazioni: la *TRASPARENZA*, la *CORRETTEZZA*, la *PROFESSIONALITÀ* e l'*AFFIDABILITÀ*.

Questi valori sono raccolti nel CODICE ETICO della Banca Popolare del Lazio, approvato dal Consiglio di Amministrazione e divulgato lo scorso dicembre 2004; tale documento fissa i principi di riferimento e le norme di condotta a cui devono ispirarsi, sotto l'aspetto etico-professionale, i processi decisionali della Banca ed i comportamenti aziendali.

Tali principi sono essenzialmente rivolti alla tutela della buona reputazione aziendale che, insieme alle "risorse umane" ed al "capitale", costituiscono gli assets più importanti della Banca Popolare del Lazio.

La buona reputazione, che dipende dalle qualità personali e professionali dei dipendenti, costituisce a sua volta un elemento di attrazione per le migliori risorse umane che hanno interesse ad un rapporto di lavoro con la Banca, nonché per gli azionisti che le affidano i propri risparmi; è soprattutto elemento che favorisce i buoni rapporti con tutti gli interlocutori commerciali.

Assetto Istituzionale ed Organizzativo

Corporate Governance

Gli organi sociali intorno ai quali si muove il modello di governance, statutariamente previsti dall'art. 20 dello Statuto sociale, sono:

- a) Assemblea dei soci;
- b) Consiglio di Amministrazione;
- c) Amministratore Delegato;
- d) Collegio dei sindaci;
- e) Collegio dei Proviviri;
- f) Direzione Generale.

Il Consiglio di Amministrazione è composto da undici membri designati dall'Assemblea e scelti per i 10/11 tra i soci aventi diritto al voto; essi devono essere in possesso dei requisiti di onorabilità e professionalità stabiliti dalla legge. I consiglieri eletti durano in carica tre anni e sono rieleggibili. Il Consiglio di Amministrazione elegge tra i suoi membri un Presidente, che convoca le riunioni e ne fissa l'ordine del giorno; due Vice Presidenti, che lo sostituiscono in caso di sua assenza od impedimento ed un Segretario, che redige i verbali delle riunioni. Al Consiglio di Amministrazione sono attribuite materie non delegabili a norma dell'art. 2381 c.c.; inoltre, l'art. 35 dello Statuto sociale definisce anche altre attività di sua esclusiva competenza, quali ad esempio la politica dei soci, l'indirizzo strategico e gestionale della Banca e la valutazione del suo

andamento; le politiche di gestione del rischio, la valutazione dell'efficienza ed efficacia del sistema dei controlli interni e l'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile.

L'Amministratore Delegato esercita tutte le deleghe conferitegli dal Consiglio di Amministrazione; in generale egli sovrintende, secondo gli indirizzi fissati dal Consiglio stesso, all'andamento della Banca e quindi alle politiche organizzative, del credito, della finanza e del personale.

Il Direttore Generale dà esecuzione alle deliberazioni del Consiglio e dell'Amministratore Delegato, provvede alla gestione degli affari correnti, esercita i poteri in materia di erogazione del credito, di spesa e di operazioni finanziarie; sovrintende all'organizzazione delle reti e dei servizi. Egli è inoltre il capo del personale.

Il Collegio sindacale è composto da cinque membri effettivi più due supplenti, tutti nominati dall'Assemblea dei soci. Il Collegio sindacale vigila sul rispetto della legge, dello statuto, della corretta amministrazione e sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile adottato.

Assetto Organizzativo

L'organizzazione è per sua definizione la capacità di un'azienda di dare risposte ad un ambiente in continuo mutamento, "assemblando" in modo opportuno le risorse a disposizione. A tale compito provvede responsabilmente il Consiglio di

Amministrazione che, deciso lo scopo (mission) e la strategia, individua anche la struttura organizzativa più idonea al raggiungimento dello scopo prescelto, con ciò modulando l'organizzazione stessa ai cambiamenti dell'ambiente.

Il modello organizzativo attuale della Banca Popolare del Lazio è la risultante di una serie di modificazioni/evoluzioni, che si sono rese necessarie ed opportune per essere sempre pronti a rispondere al meglio ai bisogni della clientela ed essere in linea con le intenzioni dell'Organo Amministrativo e delle Autorità di Vigilanza, preposte rispettivamente alle funzioni di indirizzo e di controllo.

L'Assetto Organizzativo della Banca Popolare del Lazio vede l'azienda governata dall'Alta Direzione (Amministratore Delegato e Direttore Generale) e funzionalmente divisa in due aree di competenza: la Direzione Affari e la Direzione Risorse. La prima per governare le attività direttamente preposte alla produzione di reddito attraverso la vendita di prodotti/servizi alla clientela; la seconda a presidio delle risorse direttamente preposte all'efficiente ed efficace funzionamento della macchina produttiva.

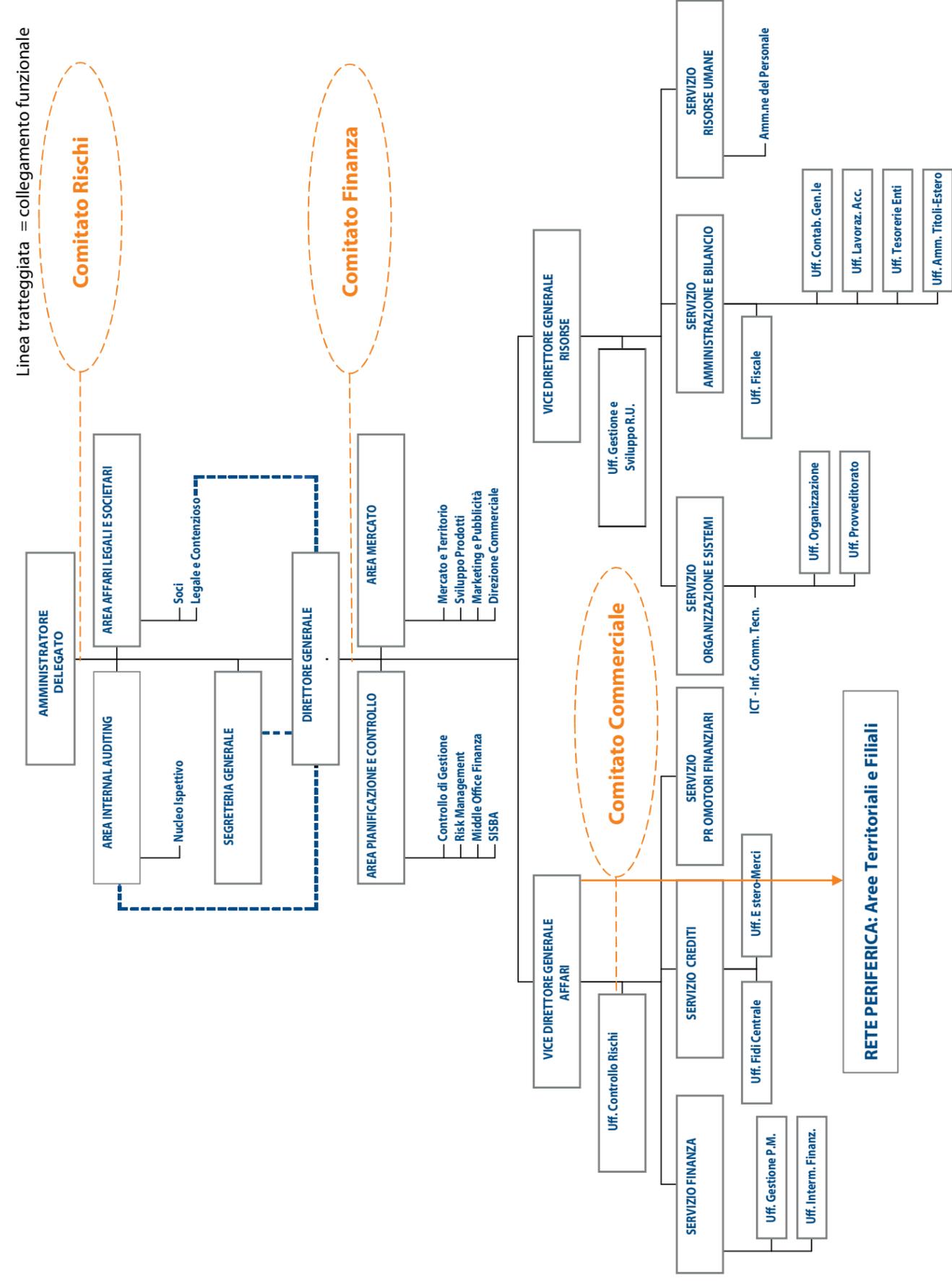
Diverse sono le funzioni di Staff, che svolgono attività di supporto sia all'Amministratore Delegato ed alla Direzione Generale che alle Direzioni intermedie.

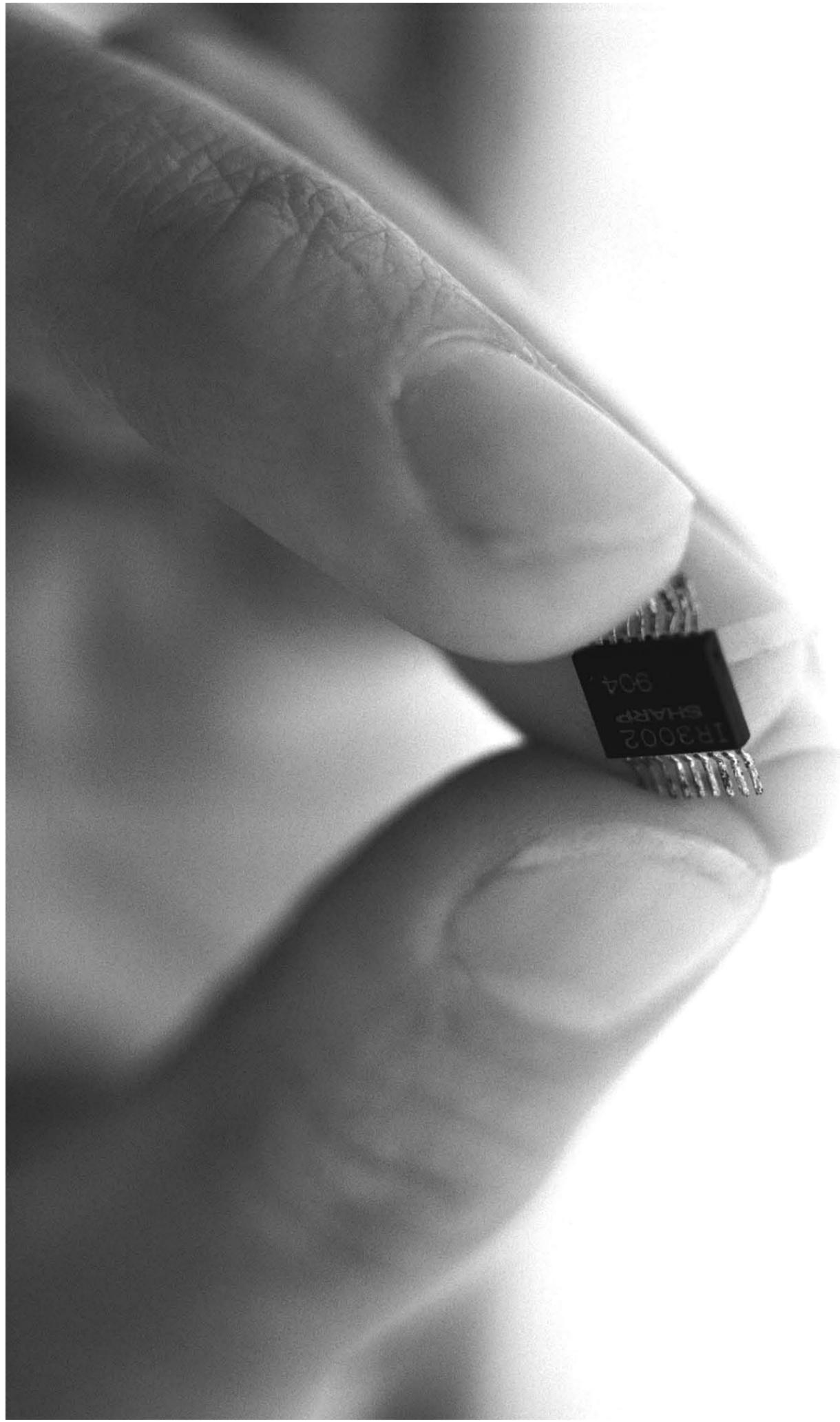
La struttura di Rete è costituita da sette Aree Territoriali (Velletri, Terracina, Latina, PAVONA, Frascati, Roma e Frosinone) che, a fine

2005, governavano complessivamente 40 filiali. A partire dal 2002 la Banca ha destinato notevoli risorse allo sviluppo della sua rete distributiva. Sono state aperte sei nuove filiali: una ad Aprilia, tre a Roma, poi Anagni e Frosinone; mentre tre filiali, Santa Palomba, Ag.2 di Velletri ed Anzio, hanno cambiato la propria ubicazione, ricevendo locali maggiormente idonei e funzionali all'attività.

L'obiettivo è quello di realizzare una banca di livello regionale, per cui è manifesta la volontà di radicarsi ancor di più nei territori già presidiati e soprattutto di insediarsi in zone nuove, dove non è ancora presente con gli sportelli.

All'inizio del corrente anno è stato inaugurato, in una centrale zona di Roma, il primo sportello dedicato alla Clientela Private. Mentre uno sviluppo sempre crescente ricevono i canali distributivi alternativi rappresentati, oltre che dai promotori finanziari, dai servizi di Internet banking per la clientela retail e di Corporate banking per le imprese, nonché da ATM e POS.





Rendiconto *Il Rendiconto è la sezione in cui si forniscono i dati del conto economico, riclassificati in modo da evidenziare il processo di formazione del Valore Aggiunto e la sua distribuzione tra coloro che, a vario titolo, hanno un rapporto di “scambio” con la Banca.*

Tecnicamente, il Valore Aggiunto è l'aggregato dato dalla differenza tra il valore della produzione (interessi attivi, commissioni attive e proventi finanziari) e dei consumi relativi alla gestione caratteristica (interessi passivi, commissioni passive, oneri e rettifiche varie).

Nella sostanza, esso rappresenta sinteticamente la ricchezza prodotta e distribuita dalla Banca Popolare del Lazio ai vari interlocutori (soci, clienti, dipendenti, collettività e Stato).

Dall'analisi della sua composizione si ha una percezione immediata ed assolutamente oggettiva dell'impatto sociale creato dalla Banca verso i suoi stakeholders.

Partendo dal prospetto che segue, che è il Conto Economico redatto ai sensi delle disposizioni civilistiche ed esposto nel Bilancio d'esercizio dell'anno 2005, i prospetti successivi rappresentano la riclassificazione dei dati in esso contenuti, al fine di evidenziare il valore aggiunto prodotto e la sua ripartizione:

CONTO ECONOMICO (D.Lgs 87/92)	
31/12/2005	
Interessi attivi e proventi assimilati	62.512.261
Interessi passivi e oneri assimilati	10.068.387
MARGINE DI INTERESSE	52.443.874
Dividendi e altri proventi	488.985
Commissioni attive	18.744.557
Commissioni passive	2.436.319
Utile da operazioni finanziarie	1.052.021
Altri proventi di gestione	9.446.047
MARGINE DI INTERMEDIAZIONE	79.739.165
Spese Amministrative - costo del lavoro	25.581.445
Altre Spese Amministrative	21.437.145
RISULTATO DI GESTIONE	32.720.575
Rettifiche di valore su immob.ni materiali e immateriali	2.847.466
Accantonamenti per rischi ed oneri	2.409.791
Rettifiche/Riprese di valore crediti ed accantonamenti	7.161.486
Rettifiche di valore su crediti e accantonamenti	12.020.468
Riprese di valore su crediti ed accantonamenti	4.858.982
UTILE ATTIVITA' ORDINARIA	20.301.832
Componenti straordinari	350.343
Proventi straordinari	459.448
Oneri straordinari	109.105
Variazione al fondo rischi bancari generali	1.000.000
Imposte sul reddito d'esercizio	9.623.874
UTILE D'ESERCIZIO	10.028.301

CONTO ECONOMICO DELLA PRODUZIONE E DEL VALORE AGGIUNTO	
31/12/2005	
PRODUZIONE	
Interessi attivi e proventi assimilati	62.512.261
Commissioni attive	18.744.557
Utili da operazioni finanziarie	1.052.021
Dividendi	488.985
Altri proventi di gestione	9.446.047
TOTALE PRODUZIONE LORDA	92.243.871
CONSUMI	
Interessi passivi e oneri assimilati	10.068.387
Commissioni passive	2.436.319
Altre spese amministrative	17.435.204
Rettifiche/Riprese di valori su crediti ed accantonamenti	7.161.486
Rettifiche di valori su crediti ed accantonamenti	12.020.468
Riprese di valori su crediti ed accantonamenti	4.858.982
Accantonamenti per rischi ed oneri	2.409.791
TOTALE CONSUMI	39.511.187
VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO	52.732.684
Componenti straordinari	350.343
Proventi straordinari	459.448
Oneri straordinari	109.105
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	53.083.027
Rettifiche di valore su immobilizzazioni materiali e immateriali	2.847.466
VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	50.235.561
Spese Amministrative - costo del lavoro	25.581.445
Elargizioni e liberalità	139.648
Imposte e tasse indirette e patrimoniali	3.862.293
RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE	20.652.175
Variazione del Fondo per Rischi Bancari Generali	1.000.000
Imposte sul reddito d'esercizio	9.623.874
RISULTATO D'ESERCIZIO	10.028.301

DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO

31/12/2005	
TOTALE PRODUZIONE LORDA	92.243.871
TOTALE CONSUMI	39.511.187
Componenti Straordinari (+/-)	350.343
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	53.083.027
Ripartito tra:	
a) SOCI	6.760.924
Dividendi distribuiti ai soci	6.760.924
b) RISORSE UMANE	26.000.346
Costo del lavoro indiretto	300.849
Costo del lavoro diretto	25.581.445
Dividendo distribuito al personale	118.052
c) SISTEMA ENTI / ISTITUZIONI (STATO)	13.486.167
Imposte e tasse indirette	3.862.293
Imposte sul reddito d'esercizio	9.623.874
d) COLLETTIVITA' E AMBIENTE	340.214
Beneficenza per destinazione utili d'esercizio	200.566
Liberalità esterne	139.648
e) SISTEMA IMPRESA	6.495.376
Riserve non distribuite e Variazione del F.R.B.G.	1.000.000
Rettifiche di valore su immob.ni materiali e immateriali	2.847.466
Utile a riserva	2.647.910



Il Valore Aggiunto generato dalla Banca Popolare del Lazio nell'anno 2005 è stato pari a 53.083.027 euro; questa ricchezza è stata distribuita sia all'interno della Banca che all'esterno:

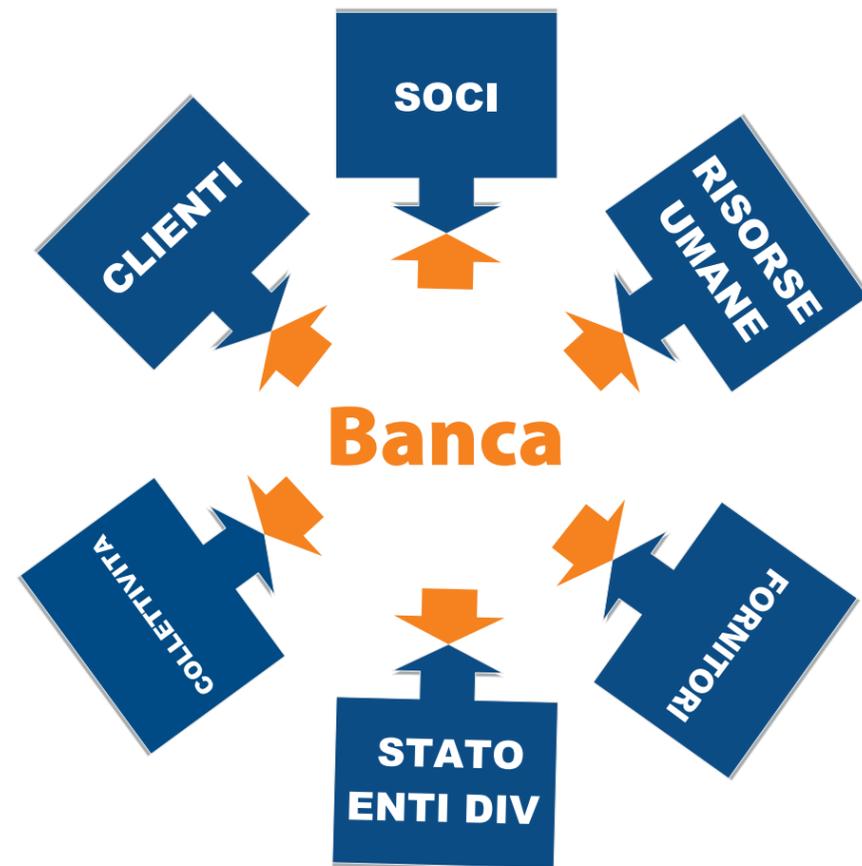
- il 12,73% del Valore Aggiunto, pari a 6.760.924 euro, è stato distribuito ai Soci sotto forma di dividendo;
- il 48,98%, pari a 26.000.346 euro, ai dipendenti sotto forma di stipendi, oneri sociali e trattamenti pensionistici, oltre spese ed oneri comunque destinati al personale;
- lo 0,64%, pari a 340.214 euro, alla Collettività ed Ambiente, sotto forma di contributi a sostegno delle numerose attività culturali e sociali del territorio. A tale scopo, è statutariamente previsto che una quota dell'utile d'esercizio, pari al 2%, sia destinata al sostegno delle iniziative di carattere sociale. In questo importo

non sono incluse le sponsorizzazioni alle attività sportive e culturali, che pure vi rientrano per la finalità;

- il 25,4%, pari a 13.486.167 euro, allo Stato, Enti ed Istituzioni sotto forma di imposte dirette ed indirette;
- il 12,23% infine, pari a 6.495.376 euro al Sistema Impresa, come autofinanziamento e dunque a sostegno del progetto imprenditoriale.



N.B.: nel dato "collettività e ambiente" non sono incluse le sponsorizzazioni



Relazione di Scambio

In questa terza parte del Bilancio Sociale si analizzano i diversi aspetti del rapporto tra la Banca ed il contesto sociale in cui opera. Si racconta il modo in cui si svolge la relazione con ciascuna delle categorie di soggetti che hanno, a vario titolo, un interesse verso la Banca.

Lo si racconta attraverso informazioni e dati che trovano coerenza sia con i Valori da Essa dichiarati, che con i risultati illustrati nel Rendiconto economico.

In tal modo si consente al lettore di valutare il rapporto con il territorio sulla base di fattori economici e sociali connaturati e conseguenti alle scelte di gestione e di intervento della Banca.



I Soci *La particolare natura giuridica che la definisce POPOLARE, vuole che la Banca attribuisca un grande valore alla relazione con il socio, che lo consideri suo primario interlocutore e suo partner.*

Per questa ragione la Banca mira alla valorizzazione dello status di socio e lo fa rivolgendogli una grande attenzione che si manifesta attraverso iniziative specifiche nei suoi confronti, oltre che cercando di assicurare una adeguata remunerazione al suo investimento.

Il socio è d'altronde uno stakeholder molto particolare in quanto egli è anche un cliente e, in alcuni casi, anche un dipendente della Banca; il che rende molto complessa la relazione con questa figura.

Tuttavia, al contempo, essa dimostra come relazioni diverse, con stakeholders portatori di valori diversi, possono trovare, come in effetti trovano, un perfetto bilanciamento nella superiore salvaguardia del bene comune, cioè della Banca.

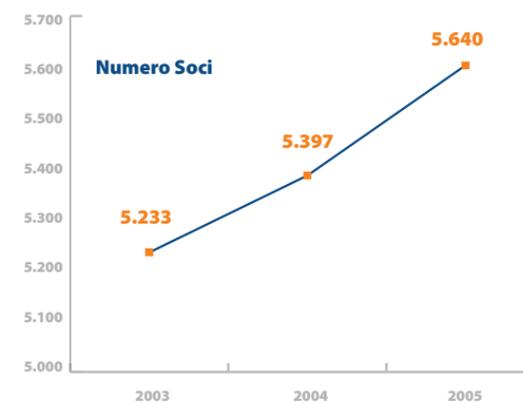
Politica di sviluppo del corpo sociale

Gli elementi più significativi della governance della Banca Popolare del Lazio sono quelli propri del sistema popolare:

- 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 pari allo 0,50% del capitale sociale.

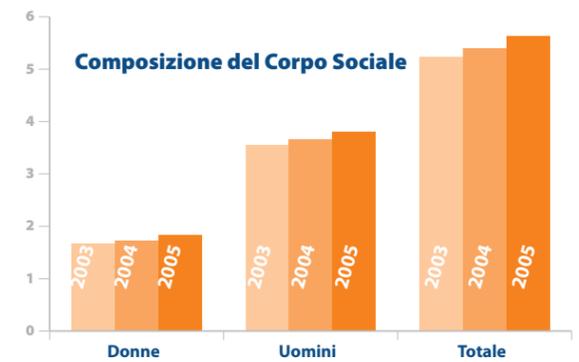
Il rispetto di queste regole è la più forte garanzia dell'attuazione del principio di democrazia popolare e dello spirito cooperativistico, che la Banca Popolare del Lazio tutela fortemente, anche attraverso il sostegno e la solerte attività che presta l'Associazione di Categoria.

Seguendo queste regole, la Banca ha perseguito negli anni l'allargamento della base sociale; infatti il numero dei soci dal 2003 al 2005 è



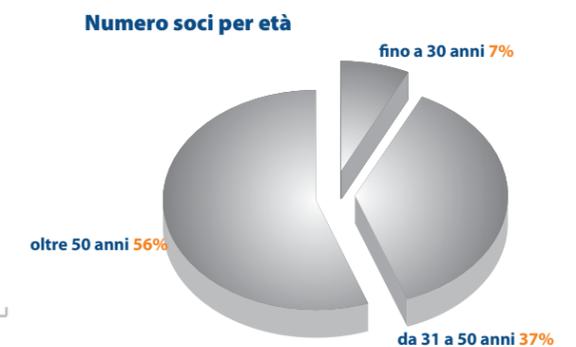
aumentato del 7,78% circa, cui corrisponde un aumento di capitale sociale del 7,26%.

L'esame della compagine sociale evidenzia una presenza praticamente totalitaria di persone fisiche e, tra queste, numerosi imprenditori, a significare lo stretto legame tra il mondo imprenditoriale e la Banca.



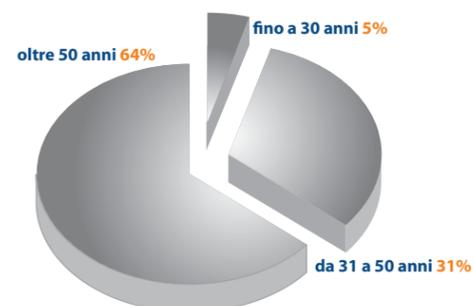
Emerge ancora una significativa componente femminile (pari al 32% circa) ed una concentrazione nella fascia di età superiore ai 50 anni, che rappresenta l'età in cui sono maggiormente sviluppate le capacità lavorative e di risparmio.

Il che è confermato anche dalla ripartizione



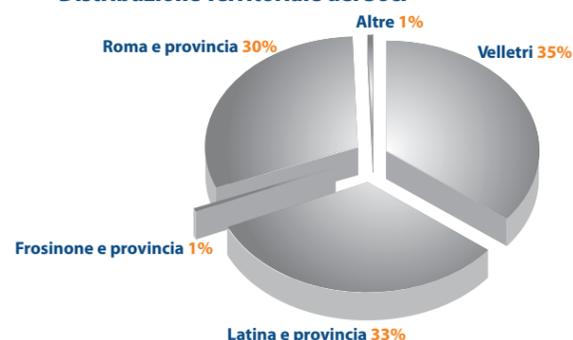
del possesso azionario per età che vede ancora come la più elevata la fascia dei 50 anni.

Possesso azionario per età



Parlando di allargamento della base sociale è interessante verificare come esso segua con coerenza il punto di vista geografico; l'ingresso di nuovi soci è praticamente corrispondente alle direttrici di sviluppo territoriale della Banca; infatti, la ponderosa presenza di soci residenti a Velletri, storica Sede della Banca, è oggi bilanciata dalla presenza di numerosi soci residenti nella provincia di Latina ed in quella di Roma, mentre cresce anche il numero di soci nella provincia di Frosinone, dove la banca ha aperto la prima filiale nell'aprile 2004.

Distribuzione Territoriale dei Soci



La Banca ha ottenuto anche un importante grado di fidelizzazione dei soci, che si riflette nel grafico che segue, dove si rileva che il 69,2% dei soci lo è da oltre sei anni. Questa risultanza, è probabilmente la più significativa dimostrazione del fatto che la Banca gestisce in modo socialmente responsabile il rapporto con i soci, generando in essi fiducia, soddisfazione e fedeltà tali da garantire alla Banca stessa un processo di crescita sostenibile.



La fidelizzazione dei soci è da ritenersi una strategia di medio lungo termine, impostata su alcune direttrici fondamentali che sono innanzitutto la ricerca di un'adeguata remunerazione del capitale investito e, quindi, della soddisfazione delle attese dei soci in termini di rendimento; in secondo luogo, la considerazione del Socio come primo destinatario dell'attività della Banca, quindi come Cliente Primario; infine sulla riconosciuta stabilità della Istituzione, garantita dall'Organo di Governo della stessa.

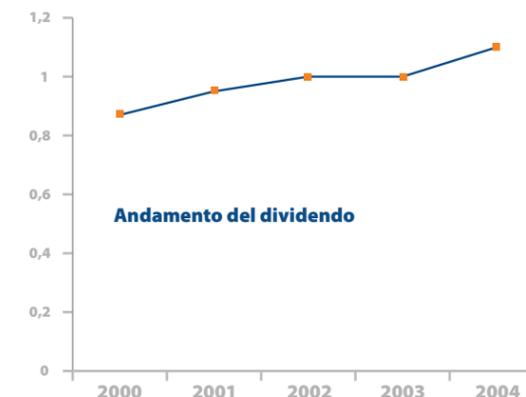
Politiche di prodotto/prezzo

I soci beneficiano di una serie di agevolazioni a livello sia di condizioni economiche che di prodotti specifici: facilitazioni nell'accesso al credito e condizioni economiche vantaggiose nelle tipologie di rapporto bancario. Basti pensare al *Conto Soci*, al *Conto Soci Plus* che abbina i vantaggi del precedente con una speciale formula assicurativa per responsabilità civile, rimborso danni in caso di scippo e rapina, risarcimento in caso di furto nell'abitazione, alla *Sovvenzione Soci*, utilizzata per finanziare nel breve periodo esigenze anche familiari e al *Mutuo Soci*, per acquistare o ristrutturare immobili.

Politiche di remunerazione

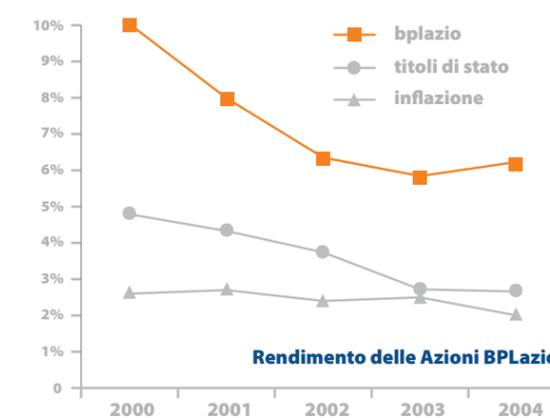
Per quanto riguarda la remunerazione del capitale sociale, la Banca, nonostante un trend piuttosto volatile dei mercati finanziari ed una situazione economica complessa, è riuscita a realizzare risultati stabili e molto soddisfacenti, come si può rilevare dai grafici seguenti:

Il rendimento complessivo delle azioni è tuttavia calcolato considerando anche l'accrescimento di valore che subisce l'azione e che non viene distribuito sotto forma di dividendo, ma può essere realizzato in qualsiasi momento cedendo il titolo alla Banca, che provvederà all'acquisto tramite il "Fondo Acquisto Proprie Azioni", se-



condo precisi criteri di equità e stabilità della riserva. Il rendimento globale dell'investimento sociale è rappresentato nel grafico seguente, dove si può notare che esso è ben superiore ad altri investimenti finanziari ed al tasso inflattivo.

Si evidenzia inoltre che, con apposita delibera annuale, in attuazione del disposto dell'art.6 dello Statuto sociale, il Consiglio di Amministrazione stabilisce anche il quantitativo massimo di nuove azioni da emettersi nel corso dell'anno, con il precipuo intento di evitare di deprimere il rendimento a scapito delle attese dei Soci. A tal fine, sembra infatti opportuno che la delibera sia



riferita alle previsioni di reddito dell'esercizio, coerentemente alle ipotesi di sviluppo contenute nei Piani Strategici pluriennali.

Politiche di comunicazione (Investor Relations)

La Banca Popolare del Lazio favorisce la partecipazione dei soci alla vita della Società e comunica con Trasparenza, Chiarezza e Completezza le informazioni che li riguardano.

Inoltre, la Banca è inserita nell'Elenco degli Emittenti Strumenti Finanziari diffusi tra il pubblico in maniera rilevante. In quanto tale, ha adottato un Sistema di Scambi Organizzati, definendo le regole di funzionamento dello stesso, nonché i criteri di formazione del prezzo relativo alla compravendita delle azioni di propria emissione.

Il Sistema di Scambi Organizzati (SSO) permette al Socio o aspirante Socio, di essere quotidianamente aggiornato riguardo ai dati essenziali delle negoziazioni di azioni, con evidenti benefici in termini di trasparenza.

L'acquisto e la vendita avvengono in base al puro valore patrimoniale dell'azione, fissato a norma dell'art. 6 dello Statuto sociale, aumentato degli interessi di conguaglio.

Il SSO prevede anche l'acquisto e la rivendita delle azioni con impegno della "Riserva Acquisto Azioni Proprie" consentendo l'immediato

realizzo delle stesse ad un prezzo predeterminato, uguale per tutti, non condizionato da eventuali instabilità del mercato finanziario e legato essenzialmente al patrimonio dell'azienda.

Inoltre, il Consiglio di Amministrazione, tenuti presenti la natura cooperativa della società, i fini mutualistici e la necessità di garantire pari opportunità a tutti i soci, ha determinato il numero ed il controvalore massimo rimborsabile annualmente con l'utilizzo di detta riserva.

La funzionalità del sistema permette di adempiere tempestivamente a tutte le richieste con un utilizzo della riserva suindicata che, nonostante i numeri ed i controvalori negoziati, non ha mai rivelato insufficienza. La sua vivacità, inoltre, ha consentito di far fronte alle richieste con immediatezza e senza limitazione alcuna, evidenziando il beneficio di avere un investimento produttivo di reddito, in costante aumento e, comunque, facilmente liquidabile; ciò grazie alla stabilità di gestione della Banca, alla consistenza del patrimonio e all'affezione dei Soci.

Un buon mezzo di comunicazione al fine di diffondere le principali informazioni, non soltanto su aspetti di tipo patrimoniale ed economico, ma anche di natura giuridica e commerciale, come sulle più significative iniziative di interesse sociale della Banca, è il sito Internet www.bplazio.it, accreditato quale strumento molto utilizzato e di facile accesso.

È serio proposito della Banca attivare una forma di comunicazione più specifica e diretta

alla categoria, che è il mailing ai Soci, con cadenza annuale, coincidente con l'approvazione del bilancio semestrale.

La Banca auspicando la partecipazione dei Soci alle Assemblee, considera questo appuntamento come un momento di vero contatto e anche di conoscenza con il Socio, oltre che ovviamente, di condivisione formale delle scelte aziendali e dei risultati.

Abitualmente si registrano presenze lusinghiere che vanno oltre i numeri legali per la validità delle Assemblee, a significare che anche il Socio è interessato alle sorti sociali. Al fine di facilitare tale partecipazione, la Banca invia al domicilio di ciascun Socio la Certificazione di possesso azionario, indispensabile per accedere all'Assemblea, anziché obbligare lo stesso a richiederla almeno cinque giorni prima; garantisce altresì l'ottenimento di un duplicato il giorno dell'Assemblea in caso di smarrimento o dimenticanza.



Le Risorse Umane

Allo sviluppo dimensionale e qualitativo della Banca Popolare del Lazio contribuiscono in modo decisivo i dipendenti che, per l'impegno, la dedizione e la competenza sono senza dubbio il vero motore della Banca e possono garantire qualità professionale, promuovere innovazione e generare Valore.

I valori chiave che orientano i comportamenti della Banca Popolare del Lazio in riferimento alle persone che vi lavorano, sono innanzitutto l'accrescimento di competenze tecniche e gestionali, che unite all'esperienza determinano la nascita e la diffusione di professionalità in ogni specifico ruolo o settore. In secondo luogo, l'accrescimento della motivazione e dello spirito di appartenenza, nella consapevolezza dell'importanza che entrambe hanno sul raggiungimento degli obiettivi aziendali. Competenza e motivazione delle Risorse Umane sono quindi gli elementi chiave sui quali la Banca sviluppa una serie di attività che vanno dalla formazione e valorizzazione delle potenzialità, alle iniziative ricreative per i dipendenti e per le famiglie. Tuttavia, queste due direttrici devono lavorare all'interno di un chiaro sistema valoriale fondato innanzitutto sull'integrità morale, personale e su una serie di altri imprescindibili valori etico-professionali, tutti raccolti nel Codice Etico della Banca.

La Banca è consapevole dell'importanza delle Risorse Umane, che considera come la più importante leva competitiva da azionare per ottenere successo di mercato e raggiungere traguardi, come pure è consapevole della notevole complessità che caratterizza la gestione di questo rapporto.

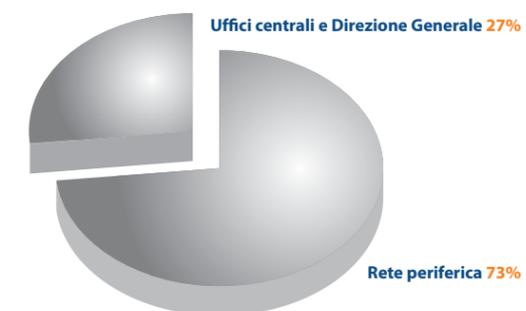
In tale relazione è indispensabile che ogni dipendente si senta utile parte di un più grande insieme a cui partecipare con forte spirito di coesione e di appartenenza, per condividere opportunità e vincoli, trovando le necessarie coerenze con tutte le componenti in gioco.

Politiche di crescita delle Risorse Umane

Dall'esame della composizione delle Risorse Umane emerge innanzitutto che, a fine 2005, i dipendenti della Banca sono risultati n. 427, con un incremento rispetto al 2003 di ben 20 unità (+4,68%), quale differenza tra le nuove assunzioni, i pensionamenti e le cessazioni dal servizio per altre cause (prevalentemente incentivazioni all'esodo); infatti, nel periodo in esame, la Banca ha favorito l'ingresso in organico di ben 50 dipendenti, la cui qualità è stata garantita da idonee attività selettive poste in essere da organismi esterni di riconosciuta competenza.

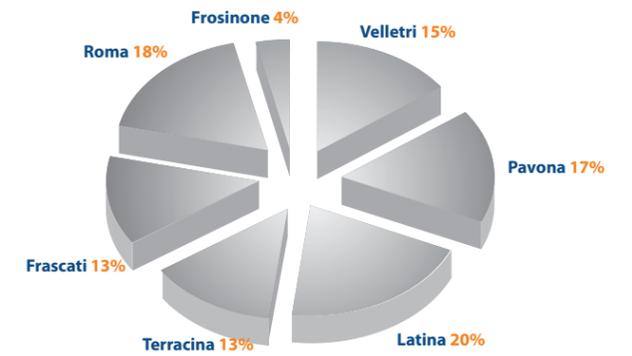
Presso la Sede di Velletri, dove risiedono gli Uffici Centrali e la Direzione Generale, sono impegnati n.114 collaboratori, che rappresentano il 26,70% dell'organico, mentre il restante 73,30% è dislocato presso le diverse unità della Rete Periferica.

Distribuzione Territoriale



Se consideriamo la ripartizione delle filiali nelle sette Aree Territoriali, abbiamo la seguente distribuzione:

Ripartizione del Personale per Aree Territoriali



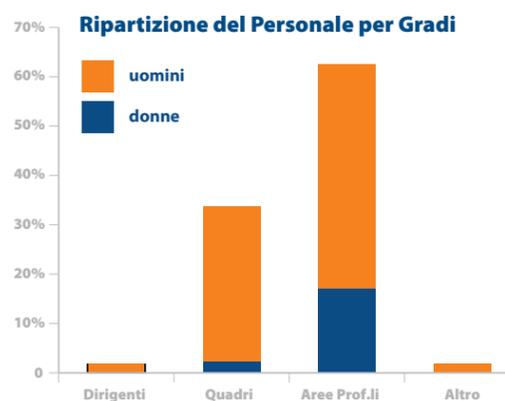
Nel corso del suo processo di crescita, la Banca ha sempre mantenuto un comportamento in linea con quanto stabilito con l'adozione del Codice Etico, avvenuta nel dicembre 2004, con il quale si è impegnata ad evitare ogni forma di discriminazione in base alla razza, all'età, al sesso, allo stato di salute o alle opinioni politiche e religiose.

L'età media del personale della Banca, di poco superiore ai 42 anni, è diminuita rispetto agli anni precedenti grazie alle più recenti assunzioni di giovani risorse. I dipendenti risultano tutti assunti a tempo indeterminato, fatta eccezione per alcune assunzioni a tempo determinato, legate ad esigenze momentanee, finora sempre trasformate in assunzioni a tempo indeterminato: al 31/12/2005 si rilevano soltanto n.4 contratti a termine. I rapporti di lavoro sono quasi totalmente full-time; sono 11 i part-time concessi dalla Banca prevalentemente per favorire le esigenze delle lavoratrici-madri o comunque in riferimento ad esigenze di carattere familiare; ove, per incompatibilità di natura organizzativa,



ciò non è stato possibile, l'Azienda ha cercato di favorire avvicinamenti al luogo di residenza.

Si evidenzia inoltre che ben il 67,5% del totale delle donne rientra nella fascia d'età che va dai 20 ai 40 anni e che, negli ultimi anni, la Banca ha notevolmente incrementato la presenza femminile, tanto che le donne rappresentano oggi il 19,44% dell'intero organico rispetto al 18,42% del 2003. Anche rispetto al riconoscimento di ruoli e gradi, possiamo affermare che il 12,50% della componente femminile rientra nella categoria dei Quadri Direttivi.



Complessivamente la distribuzione per gradi del totale dei dipendenti mostra la seguente struttura.



In relazione al titolo di studio, rileviamo una significativa percentuale di personale laureato, quota che risulta superiore per le donne (33,73% sul totale delle donne), rispetto agli uomini, 22,09%. Le assunzioni effettuate dal 2003 al 2005 hanno visto l'ingresso di laureati per il 70% circa del totale.



Nell'organico sono inoltre presenti soggetti appartenenti alle c.d. categorie protette

Categorie Protette

2003	2004	2005
45	45	44

Attività sulla formazione, valutazione e valorizzazione dei dipendenti

L'attività formativa è direttamente collegata alle diverse direttrici contenute nel Piano Strategico, sia in relazione ai progetti di riorganizzazione operativa, che in riferimento agli obiettivi commerciali e produttivi.

Un dato quantitativo che evidenzia la dimensione dell'attività in questione è rappresentata dal numero di ore di formazione del 2005, che ammontano complessivamente a 13.362, equivalenti mediamente a 31 ore circa di formazione per ciascun dipendente, di cui 12.776 relative a corsi tenuti all'interno (con docenti interni ed esterni) e il restante presso istituti formativi diversi. I dipendenti coinvolti sono stati n. 420.

Le funzioni aziendali prevalentemente coinvolte dai progetti di addestramento e formazione sono state il marketing, per la diffusione della co-

noscenza di nuovi prodotti e servizi, in particolare sul settore assicurativo; i titoli, relativamente alla diffusione dei criteri per l'adeguatezza degli ordini di borsa; l'organizzazione, in riferimento alle nuove modalità di comunicazione attraverso la rete Intranet e la formazione relativa all'adozione del Nuovo Codice in materia di Privacy e Sicurezza; il legale, per la diffusione delle disposizioni Antiriciclaggio.

Particolare attenzione merita l'attivazione di una specifica area nella rete Intranet denominata **e-learning** dove si favorisce appunto la formazione a distanza o autoformazione.

Nell'ambito dell'attività di valorizzazione, la Banca è consapevole che la preservazione e la capitalizzazione di quello che può definirsi il suo più importante "asset intangibile", ossia il suo capitale intellettuale, comporta innanzitutto l'impostazione di strategie centrate sull'individuazione di elementi con potenziale, ai quali far intraprendere utili percorsi formativi, a seconda delle specifiche attitudini e conoscenze.

Nell'anno 2005, la Banca ha dato corso - tramite selezione interna - ad un progetto di valutazione del potenziale intellettuale delle giovani risorse da indirizzare a ricoprire ruoli organizzativi diversi, secondo uno specifico sentiero formativo e di carriera. Vi hanno partecipato n.72 dipendenti, con anzianità lavorativa inferiore a 7 anni.

Sempre in corso d'anno, alcuni promotori finanziari hanno conseguito un'importante qua-

lificazione dall'EFPA - European Financial Planning Association, che ha lo scopo di promuovere la diffusione di elevati standard professionali, formativi ed etici a servizio della clientela. Questi progetti, che mirano a valorizzare e trattenere i migliori potenziali, è un chiaro segnale di come la Banca vuole gestire, in senso più generale, il rapporto con le proprie Risorse: basandosi sul riconoscimento delle competenze (implementate attraverso appositi percorsi di sviluppo) e su un sistema premiante, fondato su responsabilità e riconoscimenti economici. In relazione a tale ultimo punto, la Banca sta riflettendo sull'opportunità di avviare un sistema "premiante/incenti-

vante", imperniato su un sistema di valutazione, esistente già dall'anno 2003 (dal 2001 in fase di test) e condiviso anche dalle organizzazioni sindacali. Inoltre, nella consapevolezza che l'efficacia dei processi di valutazione dipende non tanto dagli strumenti utilizzati, quanto da una seria cultura manageriale, la Banca ha più volte intrattenuto con i propri "valutatori" delle riunioni formative, con l'intento di migliorare tali capacità, sottolineando soprattutto l'importanza della gestione del colloquio di valutazione, quale principale momento di confronto, finalizzato ad individuare aree di miglioramento ed obiettivi di crescita.

Formazione per Aree



Polizze Assicurative Dipendenti

	2003	2004	2005
Polizza infortuni	45.552,99	48.399,47	52.773,50
Polizza kasco	15.540,11	16.125,89	22.092,00
Polizza sanitaria	170.343,56	172.908,84	174.808,50

Iniziative aziendali in favore delle Risorse Umane

Settore assicurativo e previdenziale

A partire dall'anno 1999, la Banca ha attivato per tutti i dipendenti, un Fondo Pensione Aperto "Arca Previdenza" gestito dalla società Arca SpA, che costituisce un trattamento pensionistico integrativo rispetto a quello obbligatorio dell'INPS, i cui contributi sono versati in misura pre-stabilita, in parte dall'Azienda stessa in parte dal dipendente.

Contributo Banca al Fondo previdenza Arca

2003	2004	2005
326.717,82	331.391,78	348.509,34

La Banca ha contratto inoltre polizze assicurative con Primarie Compagnie, al fine di assicurare i dipendenti contro i rischi di infortunio professionale ed extraprofessionale, oltre ad una polizza Kasco in favore del personale che è soggetto a

sistematici spostamenti di lavoro con il proprio mezzo. È attiva infine una polizza sanitaria per tutti i dipendenti.

Provvidenze

Sono previste annualmente provvidenze per i figli studenti dei dipendenti, a partire dalla scuola secondaria fino al livello universitario, in misura prestabilita. Le stesse provvidenze sono previste per i lavoratori studenti.

Provvidenze per figli studenti

2003	2004	2005
55.788,00	58.862,00	53.077,00

Tickets Restaurant

Ogni dipendente usufruisce di buoni pasto giornalieri spendibili presso gli esercizi convenzionati nonché presso il bar aziendale interno.

Tickets Restaurant

2003	2004	2005
413.683,92	416.517,56	411.587,38

Facilitazioni creditizie

La Banca si è dotata di un apposito Regolamento per i Conti e le Operazioni del Personale, che disciplinando i rapporti bancari tra le parti, stabilisce condizioni vantaggiose in particolare per alcune forme di accesso al credito, quali ad esempio mutui a tasso agevolato per acquisto prima casa/ristrutturazione.

Mutui Dipendenti

2003	2004	2005
587.000,00	489.000,00	777.000,00

Altre agevolazioni riguardano infine l'assistenza fiscale ai dipendenti che ne fanno richiesta per la compilazione delle dichiarazioni dei redditi.

Mod 730/caf

2003	2004	2005
66	66	67

Iniziative ricreative in ordine al tempo libero (Cral BPLazio)

Il Cral Bplazio ha lo scopo di favorire l'aggregazione e l'organizzazione del tempo libero dei dipendenti attraverso la promozione di attività culturali, ricreative, turistiche e sportive. È amministrato da un Direttivo, composto da colleghi, ognuno con delega a uno specifico ramo di attività e soggetto ad elezione ogni tre anni.

Nell'anno 2005 il Cral ha realizzato anche uno suo sito internet accessibile soltanto dai suoi iscritti.

La Banca facilita e supporta l'attività del Cral, sostenendone tutte le iniziative. Esso si occupa anche della gestione e della distribuzione ai dipendenti del pacco natalizio per conto della Banca. Il Cral Bplazio, inoltre, si rende esso stesso promotore di iniziative di interesse socio-assistenziale: ogni anno i suoi rappresentanti si recano presso il reparto di pediatria dell'Ospedale di Velletri, dove consegnano doni natalizi ai piccoli degenti. Lodevole è pure la costituzione del gruppo BPLazio - donatori di sangue per l'Avis, una rete pronta ad attivarsi per ogni emergenza.

A fine 2005 gli iscritti erano n.313 oltre n.12 pensionati. Il Cral si sostiene con gli introiti derivanti dalle quote associative annuali degli iscritti, che per il 2005 sono state pari ad € 27.314,00.

Gestione aziendale in ordine alla Prevenzione, Sicurezza e Salute

Le procedure di rilevazione, formazione ed intervento in tema di salute e sicurezza sul luogo di lavoro sono seguite con attenzione dalla Banca e trovano riferimento in un Responsabile aziendale, che dà impulso e coordina le necessarie attività, con la collaborazione di tre rappresentanti dei lavoratori nominati dai dipendenti. Nel corso del 2005 le attività specifiche hanno riguardato: l'aggiornamento del documento di valutazione dei rischi su tutti i luoghi di lavoro; la nomina degli incaricati per situazioni di emergenza (incendio e pronto soccorso); lo svolgimento di corsi di informazione per tutti i lavoratori e di addestramento per gli incaricati all'emergenza; la predisposizione di un piano di emergenza per la Sede Centrale.

Comunicazione

Il modo attraverso il quale "formalmente" avviene la conoscenza e la circolazione delle informazioni aziendali nell'ambiente lavorativo è basato sull'utilizzo della Intranet aziendale, cioè della rete telematica interna, accessibile da tutte le postazioni di lavoro, grazie alla quale la comunicazione aziendale è stata resa estremamente fluida ed efficace.

Nel corso del 2005 è stato inaugurato il nuovo portale della Intranet nella quale sono stati riportati in modo organico tutti i Regolamenti aziendali, i vari Processi di lavoro, i Manuali operativi e le Circolari,

in modo da consentire una rapida consultazione ed una capillare diffusione e conoscenza delle disposizioni da parte di tutti i dipendenti. È inoltre disponibile un sistema di posta elettronica interna (formale ed informale) ed esterna, tradizionale e certificata.

La convention annuale è invece un momento di incontro reale, tra il formale e l'informale, che favorisce la conoscenza tra colleghi e sviluppa il senso di appartenenza e di aggregazione. Questa iniziativa, che si estende a tutti i dipendenti e si ripete ormai da alcuni anni, non è solo un momento conviviale ma è anche un serio momento di comunicazione attraverso cui l'Azienda trasmette indirizzi e messaggi istituzionali. Ogni anno è incentrata su temi diversi, la cui scelta può essere legata alle iniziative previste dal piano strategico oppure alle esigenze culturali del momento.

Relazioni sindacali

Le relazioni sindacali in Banca Popolare del Lazio sono improntate alla correttezza ed alla trasparenza dei comportamenti, nonché ad un dialogo costruttivo, nell'intento di condividere i reciproci punti di vista e trovare, ove possibile, soluzioni condivise.

A conferma dei buoni rapporti reciproci rileviamo che, in corso d'anno, non si sono mai verificate astensioni dal lavoro in conseguenza della non condivisione di progetti e di attività rientranti nella sfera della contrattazione sindacale.



I Clienti

Il cliente è al centro delle attenzioni strategiche e operative della Banca. Il cliente privilegiato della Banca Popolare del Lazio è rappresentato dalle famiglie e dalle PMI: entrambe costituiscono il tessuto socio-economico del territorio presidiato dalla Banca, che da oltre un secolo contribuisce alla sua storia economica. Alle famiglie ed alla PMI si rivolge l'offerta di prodotti/servizi, con il fine di contribuire alla loro crescita ed a quella della collettività. La Banca Popolare del Lazio risponde alla costante fiducia di generazioni di famiglie ed imprese con un comportamento responsabile e con l'evoluzione della propria offerta. I Valori che orientano questa relazione sono centrati sulla fiducia e sulla soddisfazione del cliente. Come la fiducia è generata dalla trasparenza dei comportamenti, dalla chiarezza e dalla completezza delle informazioni tra Banca e cliente, così la soddisfazione è generata anzitutto dalla capacità di ascolto e quindi dall'attenzione prestata alle sue esigenze bancarie/finanziarie; oltre che, naturalmente, dalla gamma offerta di prodotti e servizi e dalla corretta individuazione tra essi di quelli più idonei alle esigenze stesse. La Banca Popolare del Lazio ritiene che questi due valori siano le basi di una "relazione sostenibile", che abbia caratteristiche di solidità e serie prospettive di durata; dunque tale da riconoscersi ed identificarsi nell'ambito della "Responsabilità Sociale d'Impresa". Seguendo tale orientamento, l'attività della Banca va sempre più ricercando il rafforzamento di una cultura economico-finanziaria che possa, da un lato, favorire la nascita di un rapporto di fiducia e, dall'altro, migliorare la gestione del rapporto rischio/rendimento, in relazione al profilo del cliente, al fine di operare e far operare scelte consapevoli ed oculate. Inoltre, nella ricerca di relazioni durature, la Banca cerca di porre attenzione al livello di soddisfazione della clientela, sia attraverso indagini finalizzate, sia attraverso un'attenta analisi dei processi di lavoro in ogni comparto, intervenendo, ove possibile, con azioni mirate a migliorare il livello del servizio.

L'attività di Raccolta ed Impiego

Raccolta Complessiva

Importi in milioni di Euro

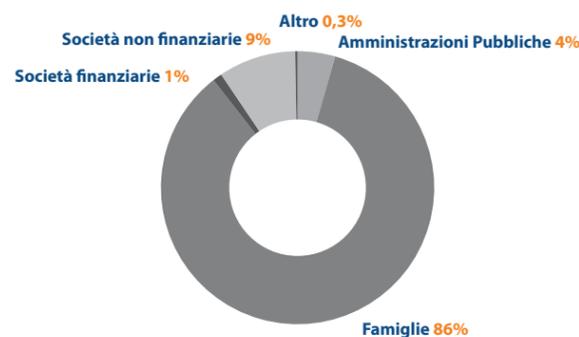
	2004	2005
Raccolta Diretta	1.145	1.224
Raccolta Indiretta	748	787
Totale	1.893	2.011

La raccolta

A fine 2005, la raccolta complessiva ha raggiunto 2.011 milioni di euro, con un incremento rispetto al 2004 del 6,27% (+118 milioni di euro) e una variazione positiva sia per la diretta (+ 6,93%) che per l'indiretta (+5,27%).

Dall'analisi della ripartizione della raccolta per settore di attività economica, emerge che il settore Famiglie è il cliente principale della Banca Popolare del Lazio con un dato pari all'86% del totale, in crescita rispetto al 2004 (79%) a scapito dei comparti Pubblica Amministrazione e Società non finanziarie che registrano invece

Composizione della Raccolta per Settori di Attività



un decremento rispetto al 2004 (dal 7% al 4% il primo e dal 13% al 9%) il secondo.

Osservando la composizione della raccolta diretta si nota che i conti correnti sono ancora la forma di raccolta prevalente (67%), cui seguono i depositi a risparmio (19%), le obbligazioni (9%) e i Pronti contro Termine (4%). Rispetto al 2004, incrementa il rapporto tra la raccolta indiretta e la raccolta diretta. Migliora il rapporto tra la raccolta gestita (GPF, Fondi, Sicav) e quella amministrata, segnale che la Banca interpreta come un aumento di fiducia nei suoi confronti, per la riconosciuta capacità di gestire i risparmi ad essa affidati direttamente, o indirettamente, per mezzo di selezionati Partner commerciali (G.P.Morgan, Julius Baer, American Express, Arca SGR).

Raccolta Indiretta

Importi in milioni di Euro

	2004	2005
Amministrata	426	426
Gestita	322	361
Totale	742	787

È oltremodo significativo il dato che risulta dall'attività di raccolta nel ramo assicurativo che, a fine 2005, ha fatto registrare un valore all'incirca pari ad 80 milioni di euro.

Gli impieghi

A fine 2005 il totale impieghi verso clientela ha

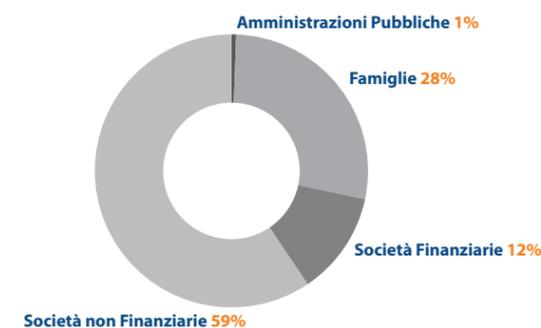
raggiunto un ammontare di 946 milioni di euro, con un incremento di oltre il 10% rispetto al 2004 ed una variazione in termini assoluti di circa 87 milioni di euro.

Impieghi

Importi in milioni di Euro

	2004	2005
Totale	859	946

Composizione degli Impieghi per Settori di Attività

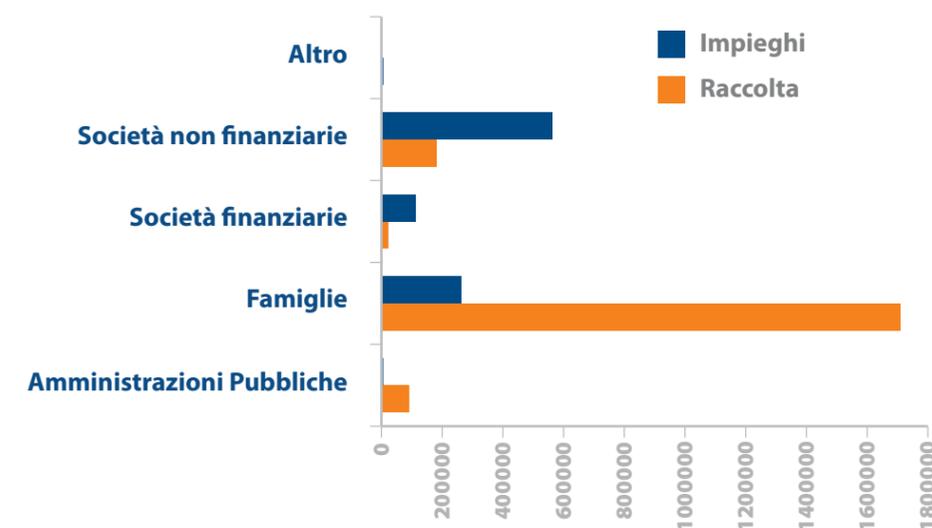


In termini di composizione, i settori economici che fanno maggiormente ricorso al credito sono rappresentati ancora una volta dalle Società non finanziarie e dalle Famiglie; in pratica da artigiani, agricoltori/pescatori, commercianti e dalle piccole e medie imprese operanti nel ramo dei servizi e dell'industria. In forte crescita rispetto al 2004 il settore della Pubblica Amministrazione che incrementa di oltre 5 milioni di euro.

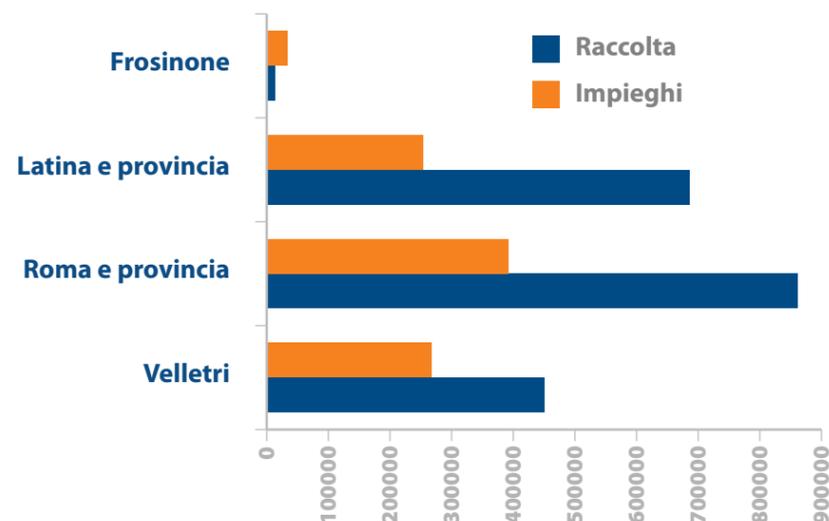
In particolare, nell'ambito degli impieghi alle Famiglie che rappresentano il 28% del totale, il 10% è rappresentato da prestiti per acquisto prima casa, il 2% circa da credito al consumo ed il restante da crediti per altre finalità.

Attraverso l'analisi settoriale della raccolta e degli impieghi, viene messa in evidenza la funzione di intermediazione e la vocazione localistica della Banca Popolare del Lazio, che veicola il risparmio delle famiglie verso i sistemi produttivi del territorio servito.

Raccolta e Impieghi per Settori di Attività Economica



Raccolta e Impieghi per Aree Geografiche



Attività "socialmente responsabili" per la clientela

I clienti, che nell'anno 2005 hanno raggiunto le n. 84.209 unità, tra persone fisiche e giuridiche, sono al centro dell'attenzione della Banca. Nell'intento di accrescere in loro fiducia e soddisfazione, così perseguendo la strada della "responsabilità sociale", la Banca Popolare del Lazio si impegna costantemente e in vario modo a migliorare la qualità del servizio, anche attraverso l'attivazione di meccanismi di ascolto della clientela; si impegna inoltre ad accrescere la sensibilità dei suoi operatori e della clientela stessa all'approfondimento di valutazioni rischio/rendimento nelle diverse scelte economiche.

Iniziative di ascolto della clientela Operazione Energia

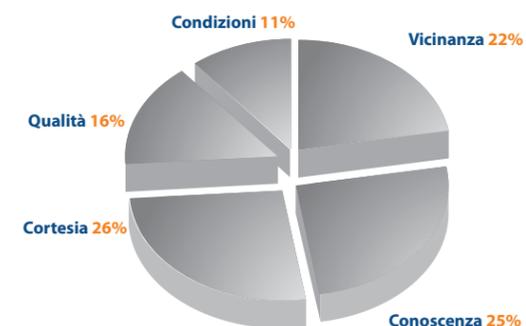
A partire dal 2002, la Banca Popolare del Lazio ha dato vita ad una nuova iniziativa commerciale, che si ripete ormai ogni anno, avente l'obiettivo di migliorare il rapporto con il cliente e di percepire il grado di fedeltà dello stesso. Infatti, la finalità di ogni iniziativa commerciale è quella di ricercare la migliore conoscenza del cliente e, attraverso la soddisfazione dei suoi bisogni, la sua fidelizzazione.

La "customer satisfaction" è infatti alla base del processo di creazione del valore, grazie ad un circuito virtuoso che, partendo dalla soddisfazione del cliente, genera fedeltà e quindi sostenibilità economica per la Banca.

Operazione Energia, che è uno dei più interessanti programmi di fidelizzazione nel settore bancario, ideato dalla Banca Popolare del Lazio, si inserisce proprio in questa logica. Operazione Energia è un programma fedeltà, o Loyalty Program, che mira a riconoscere al cliente delle attenzioni/premi in relazione all'utilizzo dei prodotti bancari, con l'ulteriore finalità di migliorare l'interazione, verificare il livello di soddisfazione e quindi l'andamento della relazione con lo stesso.

Gli obiettivi raggiunti sono stati, nella loro interezza, oggetto di analisi anche a livello di sistema. In particolare, il questionario legato ad Operazione Energia, ha permesso alla Banca di individuare le maggiori problematiche e le principali aspettative della clientela. La Banca ha oggi una consapevolezza: il cliente ha bisogno di un contatto diretto, di un dialogo costante e rassicurante e di forme di comunicazione dirette e personalizzate. In relazione alle motivazioni che inducono il cliente al mantenimento del rap-

Operazione Energia



porto con la Banca Popolare del Lazio, ciò che emerge è infatti ancora una volta, preponderante rispetto ad altri valori importanti, il concetto di legame con il territorio e quindi di banca locale: vicinanza, conoscenza e cortesia rappresentano insieme il 73% delle ragioni per cui un cliente sceglie di essere cliente BPLazio.

Formazione ai dipendenti sull'individuazione del profilo di rischio degli investitori e sul presidio del rischio di credito

In riferimento alla necessità di consentire al cliente scelte adeguate, sia sotto l'aspetto dell'investimento dei risparmi, che in quello del credito, la Banca ha fortemente indirizzato tutta la struttura operativa a porre una grande attenzione al rapporto rischio-rendimento, in funzione della reale situazione economico-patrimoniale del cliente.

Dal lato della raccolta, la Banca ha dato molta importanza alle attività formative degli operatori al fine di supportare le scelte del cliente, attraverso l'individuazione del giusto profilo e dei prodotti più idonei al soddisfacimento delle sue esigenze.

Nel settore impieghi, molto forte è stato l'impegno della Banca nel far comprendere e condividere agli operatori i corretti atteggiamenti di valutazione del merito creditizio, per la salvaguardia del patrimonio della Banca e al fine di indirizzare le scelte dei richiedenti verso

forme di finanziamento coerenti con gli obiettivi dichiarati.

Tutela della Privacy

Nell'ottica di generare nella clientela quel senso di fiducia che è condizione indispensabile per sviluppare rapporti durevoli, la Banca ha affrontato da tempo il problema della sicurezza dei dati personali ed in generale del trattamento delle informazioni ricevute, così come previsto dalla vigente normativa sulla Privacy (D.Lgs 196/03), avuto riguardo anche alle interpretazioni del Garante. In considerazione del fatto che la maggior parte dei dati sono gestiti dal CSE, fornitore e gestore del sistema informatico della Banca, lo stesso è stato nominato "Responsabile del trattamento" e sono state poste in essere tutte le attività di auditing per la verifica dell'affidabilità e sicurezza dei trattamenti da questi effettuati.

Il Consiglio di Amministrazione ha approvato il "Documento Programmatico sulla Sicurezza" con il quale viene garantita la rispondenza delle attività aziendali alla normativa a tutela della privacy.

Allo scopo di consentire ai dipendenti – ciascuno di essi "incaricato del trattamento" - di svolgere con consapevolezza e responsabilità il proprio lavoro, la Banca ha svolto nel 2005 corsi di formazione sul "Il Nuovo Codice della Privacy" e "Misure di sicurezza per la protezione dei dati personali". Esiste inoltre un "Regolamento aziendale per il Trattamento dei Dati Personali".

Sviluppo canali di vendita

La Banca Popolare del Lazio si definisce banca "multicanale" poiché ha attivato oltre al canale di vendita tradizionale, rappresentato dagli sportelli bancari, anche il canale Promotori Finanziari e quello telematico.

La Banca alimenta un processo di integrazione tra i canali di vendita innovativi e quelli tradizionali nell'intento di facilitare l'accesso ai suoi servizi e di rendersi sempre più completa. Infatti, se da un lato risultano evidenti i vantaggi del canale telematico in termini di comodità e praticità, anche per le persone fisicamente impossibilitate a recarsi presso gli sportelli, dall'altro, alcune forme di servizio devono opportunamente e convenientemente svolgersi in filiale.

A fine 2005 la Banca presidiava il territorio con 40 filiali, di cui due sono state aperte in corso d'anno; altre sono in cantiere per il 2006, al fine di realizzare il programmato sviluppo regionale attraverso il radicamento nelle piazze già insediate e l'avanzamento nelle nuove province.

Con l'obiettivo di servire sempre di più e meglio la clientela, le filiali ubicate in luoghi turistici sono aperte anche il sabato.

La Rete Promotori finanziari offre un importante supporto commerciale sia alle filiali storiche che a quelle di nuova apertura.

In riferimento a BPLazio-online, osserviamo che a fine 2005, risultavano accessi n. 15.165 contratti per servizi telematici di cui:

- n. 14.168 per i servizi Internet Banking rivolti alla clientela retail;
- n. 997 per i servizi Home Bankink/Corporate Banking rivolti alle aziende.

Rientrano nel canale telematico i POS, che al 31/12/2005 sono n. 2.253; gli ATM bancomat che sono n. 47 compresi quelli non situati nelle filiali, quali ad esempio lo sportello automatico al centro di Velletri, presso l'Outlet "Fashion District" di Valmontone e nel Centro Commerciale Primavera a Roma.

Patti Chiari

Patti Chiari è un'importante iniziativa avviata dall'Associazione Bancaria Italiana (ABI) a partire dall'ottobre 2003 che ha lo scopo di migliorare i rapporti tra la banca ed il cliente, attraverso l'introduzione di semplici strumenti che facilitano il cliente stesso nella comprensione e comparabilità dei prodotti/servizi offerti.

Grazie a questo Progetto, il cliente viene reso edotto e messo in condizione di assumere una scelta consapevole in riferimento alle sue specifiche esigenze economico-finanziarie.

La Banca Popolare del Lazio ha aderito al Progetto Patti Chiari ed ha finora partecipato a tre iniziative. La prima, appartenente all'area Servizi è "FARO", il servizio che aiuta a trovare il bancomat più vicino; la seconda, nell'area Risparmio è "Obbligazioni Basso Rischio/Rendimento",

che si rivolge al risparmiatore privo di esperienza finanziaria che intende investire in titoli particolarmente semplici da valutare, mettendogli a disposizione tutti gli strumenti informativi per orientarsi nel mercato finanziario; la terza, nell'area Credito è "Criteri generali di Valutazione della Capacità di Credito delle PMI", che si rivolge agli imprenditori, illustrando loro tutti i criteri con cui le banche valutano la capacità di credito delle piccole e medie imprese.

La Banca Popolare del Lazio ha ottenuto la Certificazione del Marchio Patti Chiari in riferimento alla iniziativa "Criteri Generali di Valutazione della Capacità di Credito delle PMI": in pratica organismi di certificazione esterni e indipendenti, hanno controllato la corretta esecuzione delle attività della Banca e, successivamente, un Comitato ha attribuito il marchio. Inoltre ha concluso l'iter per la certificazione del secondo progetto "Obbligazioni Basso Rischio/Basso Rendimento".

Solo le banche che hanno ottenuto la certificazione possono esporre il Certificato del Marchio "PattiChiari".



La gestione dei reclami

L'indirizzo dato dalla Banca ai suoi dipendenti è quello di operare con trasparenza e chiarezza nei confronti della clientela, mantenendo un comportamento sempre teso a spiegare le ragioni del proprio operato e le decisioni assunte.

L'inoltro di un reclamo è da considerarsi perciò un'importante occasione per analizzare eventuali criticità del servizio e monitorare il grado di soddisfazione della clientela. I reclami sono gestiti da un apposito ufficio che, dato cor-

so ad un'istruttoria interna, predispone, in tempi il più possibile celeri e, comunque non oltre 60 giorni, una lettera di risposta, accettando o respingendo, con le opportune motivazioni, il reclamo stesso.

Dall'analisi dei reclami 2005 emerge che sono pervenuti alla Banca 62 reclami così ordinati: 26 per questioni economicamente non quantificabili e 36 per controversie di tipo economico, di cui 9 risolti in favore del cliente. Tra quelli di natura economica, si evidenzia che 19 reclami

sono connessi all'attività di prestazione di servizi d'investimento alla clientela e, tra loro, 13 sono legati all'intermediazione sui Bond Argentina. In relazione a tale circostanza, la Banca - che non ha partecipato ad alcun consorzio di collocamento dei citati bonds, ma ha soltanto svolto attività di intermediazione - in seguito alla costituzione in sede ABI (avvenuta nel 2002) dell'Associazione per la Tutela degli Investitori in Titoli Argentini (TFA), ha aderito alla iniziativa e, pertanto, recepisce tutte le indicazioni provenienti dall'ABI circa le possibili soluzioni della questione.

ti con difficoltà di riconoscimento dei colori), che favorisce la lettura testuale del sito stesso, con ciò manifestando un'attenzione particolare alle esigenze di tutta la clientela.

L'accesso al sito www.bplazio.it ed alle sue funzionalità operative, ha fatto rilevare nel corso dell'anno 2005 n. 502.090 visitatori. Il servizio evidenzia maggiormente la sua utilità se si osserva la distribuzione degli accessi nell'arco della giornata, che vanno anche oltre gli orari di apertura degli sportelli e soprattutto avvengono anche nelle giornate del sabato e della domenica.

RECLAMI PER TIPOLOGIA

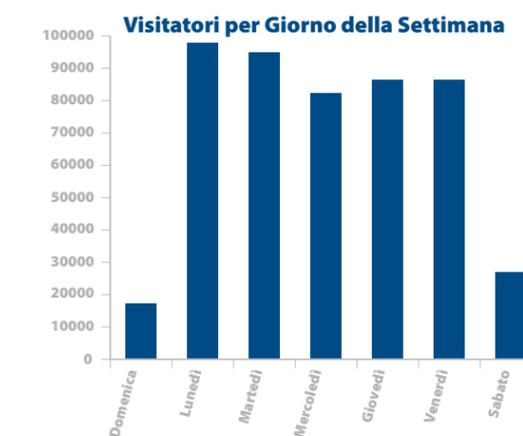
Conti Correnti e Depositi a Risparmio	11
Titoli (Custodia e Intermediazioni)	19
Fondi Comuni	0
Gestioni Patrimoni Mobiliari	0
Altri prodotti d'investimento	0
Aperture di credito	1
Crediti al consumo e Prestiti Personali	3
Mutui Casa	0
Crediti Speciali	1
Altre forme di finanziamento	4
Bonifici	0
Stipendi e Pensioni	0
Carte di credito	1
Bancomat	5
Pago Bancomat	2
Assegni	0
Effetti/Riba	2
Altri servizi d'incasso/Pagamento	0
Polizze assicurazioni danni	0
Polizze assicurazioni vita	1
Altro	8
Aspetti generali	4
TOTALE	62

Sito Internet

Nell'ambito delle attività di comunicazione con la clientela, la Banca ha inoltre realizzato un proprio sito internet www.bplazio.it dove si trovano le più ampie informazioni sulla società, sui prodotti e servizi e sulle iniziative aziendali.

L'Osservatorio sull'Internet Banking delle Banche Popolari, che si avvale dell'attività specialistica dei ricercatori del CeTIF dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, ha prodotto rapporti di valutazione della c.d. "usability" dei siti, ovvero la capacità di attrarre, comunicare e fidelizzare i visitatori (metodologia WoW - Welcom on the Web).

L'analisi sul sito colloca la Banca Popolare del Lazio in ottima posizione rispetto ai parametri indicati. Inoltre, il sito è stato realizzato anche in una versione facilmente fruibile dai navigatori internet diversamente abili (ipovedenti o sogget-





La Collettività

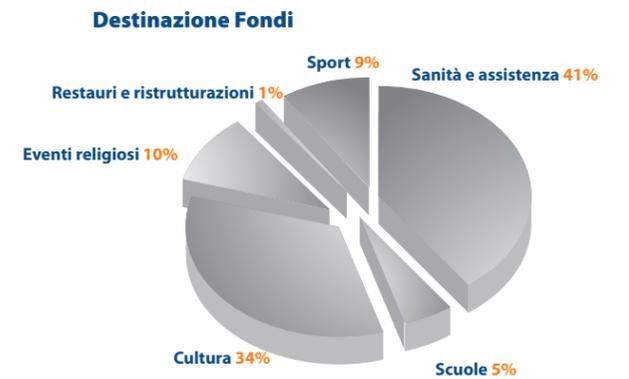
La Banca Popolare del Lazio, in coerenza con lo spirito cooperativistico e mutualistico che si coniuga con il valore, più volte richiamato, di attenzione al territorio, è sensibile alle istanze che provengono dalla sua Collettività per lo sviluppo culturale e sociale.

Attività di intervento nel sociale

La Banca ha rivolto da sempre una grande attenzione alle esigenze espresse dalla Comunità locale, in termini di sostegno economico alle iniziative socio-culturali, sportive, alle manifestazioni popolari, espressione delle tradizioni e della cultura locale. Peraltro, è proprio lo Statuto sociale della Banca Popolare del Lazio a prevedere che una quota dell'utile, "non superiore al 2%" sia devoluta "a scopi di interesse sociale, beneficenza e assistenza". In quest'ottica vanno quindi considerati i fondi, complessivamente pari a € 302.100, derivanti sia dall'utilizzo del Fondo di Beneficenza che da interventi pubblicitari e sponsorizzazioni, che nel 2005 la Banca ha destinato alle diverse iniziative sportive, culturali e sociali del territorio di appartenenza, di seguito raggruppati per categorie omogenee di interesse:

- cultura (spettacoli/convegni/
pubblicazioni/mostre)
- scuole
- feste patronali/ religiose
- beneficenza
- sanità
- restauri e ristrutturazioni
- sport

Il grafico seguente evidenzia la destinazione dei fondi in base alle categorie di destinazione riguardo gli utilizzi del fondo di beneficenza.



Tali iniziative sono state attentamente vagliate dalla Banca in base al loro scopo, alla ricaduta positiva sul territorio ed ai soggetti di riferimento, nonché al "segno" lasciato nel sociale.

Nell'ambito delle attività di beneficenza, nell'anno 2005, la Banca ha donato una somma pari a euro 25.000 alle popolazioni del sud-est asiatico colpite dal maremoto, oltre a rendersi disponibile per una raccolta fondi da parte della cittadinanza. Grazie a questi fondi, attraverso la nobile azione di una organizzazione ONLUS e di missionari salesiani, la popolazione cingalese dello Sri Lanka ha potuto acquistare una flotta di trenta imbarcazioni per la pesca.



Sempre in tema di attività di beneficenza, la Banca ha finanziato diverse iniziative di assistenza in favore di categorie svantaggiate, supportando associazioni con fini benefici ed altamente morali.

Vorremo qui ricordare il sostegno alla casa famiglia Nomadelfia, un ente morale riconosciuto dallo Stato Italiano e dalla Santa Sede che accoglie moltissimi “figli dell’abbandono”; con un contributo straordinario la Banca ha partecipato al completamento dei lavori del “Centro di Spiritualità Giovanni Paolo II”.

La Banca sostiene l’ALFAD e il Gruppo Nadja di Velletri e l’Assohandicap di Marino.

La Banca è anche particolarmente attiva nel promuovere iniziative di raccolta fondi, come quella per l’AIRC, per l’Ospedale Pediatrico Bambino Gesù e l’AIL.

Rivestono sicuramente importanza gli interventi compiuti a sostegno di molteplici convegni medici anche di livello universitario, come a sostegno delle strutture medico/sanitarie.

Gli interventi nel campo della cultura spaziano nei settori più disparati, dalla musica alla



letteratura, dall’arte alla poesia, dal teatro alla valorizzazione storica del territorio e alla pubblicazione di numerosi volumi che narrano la storia dei luoghi.

Ricordiamo qui solo alcune iniziative, quali la Festa delle Camelie a Velletri, le Festa dell’Uva nei paesi dei Castelli Romani; le mostre sull’arte orafa e quelle di pittura.

La salvaguardia della cultura è un obiettivo che la Banca persegue anche elargendo contributi ad istituti scolastici, di vario ordine e grado, che realizzano progetti didattici interessanti ed innovativi. Tanto per citarne uno, il sostegno al Centro Universitario Veliterno, di cui la Banca risulta tra i soci fondatori.

Sempre dall’attenzione allo stretto collegamento tra la Banca ed il suo territorio nasce l’esigenza di sostenere l’organizzazione di feste patronali di carattere religioso e le parrocchie che in vario modo svolgono attività sociali e di sostegno alle categorie svantaggiate.

Le sponsorizzazioni ed i contributi ad associazioni sportive di vario genere rappresentano sicuramente un dato numericamente significativo sul totale. In questo ambito, la Banca ritiene di poter qualificare lo sport come “attività sociale” in quanto esso aiuta una crescita sana dei giovani e quindi favorisce l’elevazione culturale e sociale dell’ambiente.

Tra loro, la sponsorizzazione della ICOM Volley di Latina che compete a livello nazionale, sebbene non manchi certamente il sostegno a

numerossime altre associazioni sportive minori di carattere locale.

Stage scuole presso la Banca

L’integrazione tra la Banca e la scuola è una premessa fondamentale per facilitare l’integrazione dei giovani nel mondo del lavoro e per avviare processi di crescita sociale.

In quest’ottica, la Banca consente lo svolgimento di stage ai ragazzi delle scuole superiori, nell’ambito di progetti di formazione tecnico-pratica finanziati dalla Regione Lazio.

Si rende altresì disponibile a svolgere attività formativa su temi di natura tecnico-economica presso scuole o associazioni socio-culturali del territorio.



Lo Stato e le Istituzioni

La Responsabilità Sociale nei confronti dello Stato, degli Enti Locali e di tutte le altre Istituzioni pubbliche di diretta emanazione dello Stato, è improntata alla implementazione della cultura della legalità, intesa come rispetto della Persona e della Collettività di cui essa fa parte; essa si traduce nella scrupolosa osservanza delle norme di legge e di Sistema.

Nel rispetto di tale dichiarazione di valore, la Banca opera con trasparenza e presta la massima collaborazione alle Autorità deputate al controllo del suo operato.

Le attività della Banca in tal senso si orientano principalmente nel rafforzamento della cultura del controllo interno che, partendo dall'autodiagnosi aziendale, attraverso una mappatura dei vari processi di lavoro, giunge alla definizione di corrette procedure di svolgimento e definizione degli stessi.

Imposte e tasse

Una parte rilevante del valore aggiunto generato dall'attività della Banca è destinata allo Stato, sotto forma di imposte e tasse: l'entità dei tributi ammonta 13.486.167 euro che rappresentano il 25,4% del valore aggiunto globale lordo, così ripartiti:

IMPOSTE DIRETTE

	2005
IRES	6.795.772
IRAP	2.828.102
Totale	9.623.874

IMPOSTE INDIRETTE

	2005
ICI	67.480
ALTRE IMPOSTE COMUNALI	118.863
IMPOSTA SOSTITUTIVA CREDITI	403.823
IMPOSTE REGISTRO BOLLI E BORSA	3.272.127
Totale	3.862.293

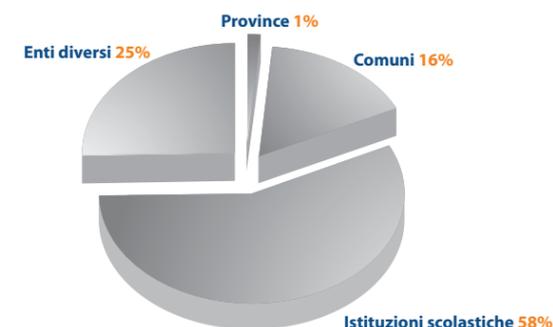
Sono inoltre da aggiungere euro 2.735.357,48 di Iva che versiamo allo Stato e che, applicando l'art.36 bis del DPR 633, risultano contabilizzati tra le spese amministrative o tra le immobilizzazioni. L'Iva che incassiamo dai clienti e che poi riversiamo allo Stato è invece pari ad euro

270.869,60. Questi valori complessivamente considerati, ci permettono di affermare che la Banca Popolare del Lazio rappresenta il primo contribuente della città di Velletri.

Servizi di tesoreria

Con i servizi di tesoreria e di cassa la Banca si propone come partner dell'Ente Pubblico per fronteggiare le esigenze economiche e finanziarie legate ai piani pubblici di sviluppo del territorio. Nel tempo, la Banca ha instaurato e sviluppato validi rapporti di collaborazione, con soddisfazione dell'Ente, della Banca stessa, ma anche dei soggetti terzi, a quali spesso si rivolge il servizio. Nel corso del 2005 la gestione dei servizi di tesoreria e di cassa ha riguardato diversi Enti, tra cui la Provincia di Latina (servizio gestito in compartecipazione con la Banca Popolare di Fondi), l'ATER (Azienda Territoriale Edilizia Residenziale Pubblica Provincia Roma), l'APT (Azienda Promozione Turistica Provincia Latina), varie Opere Pie, ben n.11 Comuni e numerosi altri Istituti Scolastici per un totale di 67 Enti, con un volume di transazioni pari ad euro 1.103.210.000 e n.115.648 documenti lavorati tra mandati e reversali.

Servizi di Tesoreria



Servizio Riscossione tributi

La Banca svolge anche un importante ruolo operativo a servizio dello Stato in relazione all'attività di riscossione dei tributi (F24-F23) dai contribuenti. Nell'anno 2005 sono stati riscossi dalla Banca e riversati allo Stato ed agli altri Enti euro 318.680.000, corrispondenti a n.126.696 operazioni.

Rapporti con Autorità di Vigilanza e Magistratura

I rapporti della Banca Popolare del Lazio con le numerose Autorità di Vigilanza che vanno dalla Commissione Europea alla Banca d'Italia, dalla Consob al Garante Privacy, dall'UIC all'Antitrust, all'Isvap, ecc., sono improntati al massimo rispetto delle norme e alla massima collaborazione nello svolgimento delle attività ispettive e di controllo.

Per quanto riguarda in particolare i rapporti con l'Autorità Giudiziaria ed i Servizi di Polizia, la Banca ha fornito tutta la collaborazione richiesta al fine di contrastare attività criminose ed illegali, soddisfacendo richieste di vario genere.

Organismo di Vigilanza ex D.Lgs. 231/01

Con il D.Lgs n. 231/01 il legislatore ha introdotto un complesso sistema normativo e sanzionatorio, individuando forme di responsabilità amministrativa delle società per una serie di reati specifici contro la Pubblica Amministrazione, commessi da dipendenti o collaboratori della società. Tali sanzioni, poggiando sul presupposto della "colpa organizzativa", possono essere fronteggiate se la società adotta modelli organizzativi idonei a prevenire la commissione dei reati stessi. La Banca Popolare del Lazio si è prontamente attivata su questo fronte e già dal 2003 ha costituito un apparato organizzativo conforme alle richieste del legislatore, fondato innanzitutto sull'esatta individuazione per ogni funzione aziendale delle attività sensibili ai reati. Esiste poi un Organismo di Vigilanza, che si riunisce periodicamente e valuta il corretto funzionamento e l'osservanza del modello organizzativo, al quale sono riconosciuti poteri di acquisizione e di richiesta di informazioni da e verso ogni livello e settore operativo della Banca.



I Fornitori *I fornitori hanno anch'essi una "posta in gioco" nella vita dell'impresa in quanto apportano contributi essenziali e qualificanti per il livello dei servizi offerti agli altri stakeholders, oltre a ricevere benefici diretti o indiretti derivanti dall'attività della Banca.*

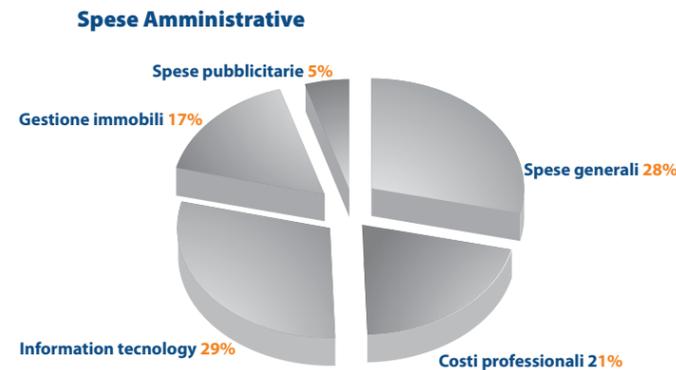
La qualità dei servizi offerti a tutti gli stakeholders dipende anche dagli standards delle forniture ricevute e ciò vale in modo particolare per le forniture relative all'informatica, ai servizi di manutenzione ed alle telecomunicazioni.

In considerazione della sua vocazione localistica e quindi del dichiarato legame con il territorio, la Banca Popolare del Lazio, ferme restando le valutazioni sul rapporto qualità/prezzo, come sull'affidabilità e sull'efficienza, privilegia gli imprenditori locali.

Politica di acquisto

Con l'obiettivo di svolgere un ruolo attivo nello sviluppo del territorio, la Banca Popolare del Lazio ha cercato di attuare una politica di acquisto di beni e servizi che, pur perseguendo il contenimento dei costi ed il miglioramento della qualità, privilegi le realtà produttive locali. La strategia della Banca nei confronti dei fornitori è volta ad instaurare con essi un rapporto di collaborazione totale, al fine di sviluppare delle sinergie che comportino reciproci vantaggi.

Nell'anno 2005, la Banca ha intrattenuto rapporti con n. 2.270 fornitori e le spese amministrative contabilizzate nel conto economico sono state pari ad euro 17.574.852, alle quali devono aggiungersi le forniture relative agli oneri pluriennali (immobilizzazioni materiali e immateriali). Il servizio di gestione e sviluppo del sistema informatico, ovvero la maggior parte dell'information technology, rappresenta una fornitura di valore strategico per la Banca che, per motivi di opportunità tecnico/economica è stata demandata a terzi. Ad eccezione di questo servizio, una consistente parte delle restanti forniture proviene da imprese e da qualificati artigiani locali, clienti della Banca; ciò in particolare per i servizi di allestimento delle filiali, di installazione e manutenzione degli impianti, per i servizi di pulizia e di vigilanza, di stampa della modulistica e di grafica, per la fornitura di cancelleria e per i servizi da professionisti.



Condizioni negoziali

In coerenza con i valori dichiarati anche nel Codice Etico, la Banca segue norme di comportamento molto chiare e trasparenti in relazione al rispetto delle scadenze, degli standards qualitativi richiesti e delle condizioni di prezzo pattuite; in contropartita, la stessa offre collaborazione e rispetto degli impegni assunti.

Outsourcing e consulenze

La Banca, dopo aver svolto un'analisi costi/benefici, ha esternalizzato tutte quelle attività che non costituiscono il core business della sua attività.

Sin dal 1998, è avvenuta la migrazione del suo sistema informativo presso il CSE di Bologna, che continua ad assicurare un livello di servizio più che soddisfacente, oltre a garantire l'aggiornamento delle procedure informatiche alle esigenze normative e regolamentari. È altresì in outsourcing, presso il centro CaRiCeSe di Bologna, il servizio "lavorazione effetti".

Nell'anno 2005 sono stati avviati contatti anche per l'esternalizzazione del servizio archivio economato che si è concretizzata a gennaio 2006. Per quanto riguarda la fornitura di consulenze, la Banca si è avvalsa di partner molto qualificati per la realizzazione di progetti complessi quali, ad esempio, la Deloitte & Touche, in riferimento a due importanti progetti di rior-

ganizzazione interna; la Kpmg, per la revisione contabile e la revisione del bilancio d'esercizio; il CSE Consulting, per la redazione del Piano di Business Continuity ed il CoBaCo relativamente ai nuovi criteri contabili internazionali (IAS) in vigore dall'anno 2006.

