

## Bilancio Sociale 2006

## Indice

### **Presentazione . . . . . pag. 5**

### **Premessa metodologica . . . . . pag. 7**

- Glossario
- Modello di redazione
- Gruppo di Lavoro
- Processo di redazione

### **Identità aziendale . . . . . pag. 13**

- Storia
- Missione e Disegno strategico
- Valori e Codice etico
- Assetto Istituzionale e Organizzativo

### **Rendiconto . . . . . pag. 25**

- Conto Economico riclassificato
- Alcuni indici gestionali
- Prospetto della produzione del . . . . .
- Valore Aggiunto e sua distribuzione

### **Relazione di scambio sociale . . . . . pag. 33**

### **I Soci . . . . . pag. 35**

- Politica di sviluppo del corpo sociale
- Consistenza e composizione
- Politiche di remunerazione – Rendimento e andamento del titolo
- Politiche di comunicazione
  - Informazione e partecipazione
- Politiche commerciali

### **Le Risorse Umane. . . . . pag. 43**

- Politiche di crescita e consistenza
- Politiche del lavoro
- Iniziative aziendali in favore delle risorse umane
- Attività sulla formazione, valutazione e valorizzazione
- Iniziative ricreative - Cral BPLazio
- Attività sulla prevenzione, sicurezza e salute
- Attività di comunicazione

### **I Clienti . . . . . pag. 53**

- L'attività di raccolta ed impiego
- Attività “socialmente responsabili” per la clientela

### **La Collettività . . . . . pag. 67**

- Attività di intervento nel sociale

### **Lo Stato, gli Enti e le Istituzioni . . . . . pag. 73**

- Imposte e tasse
- Servizi di tesoreria
- Servizio riscossione tributi
- Rapporti con Autorità di Vigilanza e Magistratura
- Organismo di Vigilanza ex D.Lgs 231/01

### **I Fornitori. . . . . pag. 79**

- Politica di acquisto
- Condizioni negoziali
- Outsourcing e consulenze

### **Il Sistema di Rilevazione . . . . . pag. 83**

- Obiettivo Ascolto

## Presentazione

La prima edizione del Bilancio Sociale fu, nelle nostre intenzioni, l'occasione per interessare e sensibilizzare i lettori ad aspetti aziendali diversi da quelli puramente finanziari - naturalmente legati al mondo economico - con l'obiettivo concreto di "raccontare" l'azione della Banca in chiave di "gestione socialmente responsabile".

Crediamo di aver pubblicato un'immagine sicuramente inedita della Banca, ma soprattutto poco conosciuta dal punto di vista delle numerose implicazioni di carattere sociale che essa produce nel suo quotidiano agire.

D'altronde, la parola "responsabilità" non ha in questo contesto una valenza negativa ma, in quanto traduzione letterale del termine inglese "responsibility", va intesa nel senso di "consapevolezza". Consapevolezza da parte di un'azienda del proprio valore sociale, del fatto che le attività che essa promuove e pone in essere hanno sempre un impatto e una ricaduta sociale e devono essere in linea con le attese dei suoi interlocutori. La responsabilità è prima di tutto verso la Persona, nelle sue vesti di cliente, socio, dipendente, cittadino ecc., che va affermata costantemente e sempre ridefinita in un processo continuo, affinché sia allineata alla rapidità dei cambiamenti sociali. In senso più ampio, è verso la Comunità, cioè verso il contesto sociale, economico e territoriale ove l'azienda opera. Da questo punto di vista, l'azienda

è un soggetto il cui obiettivo non si esaurisce nella produzione di reddito, ma consiste anche nel contribuire a generare sviluppo sul territorio in cui opera, attraverso la sua capacità di investire e dare impulso ad iniziative ed attività a sua volta valide e sostenibili, che possano innalzare la qualità della vita: in breve, CREARE VALORE.

È proprio in questo ruolo - del quale la Banca non era certamente ignara - che potremmo definire di "cittadino attivo" nello sviluppo sociale, economico ed ambientale, che la stessa vuole farsi conoscere dai suoi *stakeholders* (Soci, Clienti, Dipendenti, Comunità ecc.) e intraprendere con essi un dialogo partecipativo.

Il Bilancio Sociale rappresenta lo strumento con il quale la Banca evidenzia come il perseguimento dei risultati economici aziendali interagisce con il contesto sociale ed ambientale, rilevando contemporaneamente il livello di coerenza tra i valori dichiarati, la missione aziendale ed i comportamenti effettivamente attuati nei confronti dei suoi *stakeholders*.

Con questa consapevolezza pubblichiamo il Bilancio Sociale 2006, felici di aver mantenuto l'impegno assunto precedentemente e con l'intenzione di realizzare un sistema di comunicazione sempre più strutturato ed interattivo.

Buona lettura.



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

*Fornisce, oltre ad 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 du-

revolezza: 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.

### Accountability

L'espressione italiana che meglio traduce il concetto di *accountability* è “rendere conto”, che riferito al mondo economico significa comunicare periodicamente ed in modo trasparente ai propri *stakeholders* quanto è stato fatto e raggiunto in un determinato arco temporale. Tale rendicontazione etico-sociale avviene attraverso indicatori e parametri quali-quantitativi e dunque presuppone che all'interno dell'azienda esista un sistema di misurazione e raccolta sistematica dei dati rilevanti a tal fine e che tale sistema sia soggetto ad una progressiva implementazione.

### Cittadinanza d'impresa

Per cittadinanza d'impresa si intende l'impegno da parte delle aziende a mettere al centro delle loro strategie e della loro azione le responsabilità sociali ovvero ad integrare le esigenze di mercato con tali responsabilità. In pratica, ad adottare

un approccio integrato, che miri ad considerare nella programmazione questioni quali la correttezza commerciale, la qualità dei prodotti e servizi, la cura delle risorse umane, il rispetto per l'ambiente ecc...

### Etica degli affari

È lo studio dell'insieme dei principi, dei valori e delle norme etiche che regolano (o dovrebbero regolare) le attività economiche, ovvero, l'applicazione delle teorie etiche normative alle istituzioni e alle pratiche economiche. Trattasi di un filone di studi che ha avuto inizio a partire dalla metà degli anni '70 negli Stati Uniti e si è poi diffuso in Europa ed in Giappone, il quale definisce il senso concreto della CSR in quanto quest'ultima esprime in sostanza un modello di governo e di gestione strategica dell'impresa che implica l'affermazione di “doveri fiduciari” da parte di chi governa nei confronti dei suoi stakeholders.

### Modello di redazione

Anche per il 2006 il modello di Bilancio Sociale adottato dalla 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.

L'edizione 2006 aggiunge una sezione rispetto alla precedente e si compone di quattro capitoli, oltre alla premessa metodologica:

I. **Identità Aziendale** in cui, partendo dalla storia della Banca e dai valori da essa riconosciuti e protetti, viene resa esplicita la missione, vengono tracciati 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.

IV. **Sistema di rilevazione** che ha l'obiettivo di raccogliere le valutazioni e le aspettative degli *stakeholders* sul documento e sul comportamento della Banca in termini di gestione responsabile, al fine di orientare le scelte future.

## Gruppo di lavoro

La realizzazione del Bilancio Sociale ha richiesto la costituzione di un apposito Gruppo di Lavoro con lo scopo di raccogliere le riflessioni e coordinare i contributi di alcune funzioni aziendali; ciò in quanto la dimensione *multistakeholders* del progetto comporta necessariamente la partecipazione di più funzioni, opportunamente individuate in base alle competenze richieste.

L'obiettivo è quello di realizzare un coinvolgimento progressivo della struttura aziendale proprio in relazione alla necessità di catalizzare contributi ed iniziative sul tema, dare vita ad un vero sistema di gestione della Responsabilità Sociale, integrato ed efficace.

Il gruppo di lavoro interfunzionale costituito nel corso del 2005, è stato riconfermato anche per la redazione del Bilancio Sociale 2006.

Il gruppo opera sotto la funzione di indirizzo dell'Amministratore Delegato e del Direttore Generale, è coordinato dalla Segreteria Generale ed è formato dalle seguenti funzioni:

- Mercato
- Affari Legali e Societari
- Pianificazione e Controllo di Gestione
- Risorse Umane
- Amministrazione e Bilancio
- Crediti
- Finanza
- Organizzazione

## Processo di redazione

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





**Identità aziendale** *L'identità della Banca, ovvero quel suo modo unico di essere, deriva innanzitutto dalle sue origini, quindi dalla sua storia ed è costituita dall'insieme della sua struttura organizzativa, delle persone che vi lavorano, dei valori fondamentali che orientano la gestione e ne definiscono il modello culturale, della sua missione e disegno strategico. In questo capitolo viene quindi tracciato un profilo della Banca, partendo dalla storia e dai valori da essa riconosciuti e protetti; viene resa esplicita la missione, descritti per linee guida il disegno strategico ed i programmi, nonché l'assetto istituzionale e di governance.*

## 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 da parte del Santo Padre. 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 della 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 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. In questa circostanza ci si pose l'obiettivo di implementare la rete operativa nell'intera regione, così come venne anche evidenziato dalla denominazione assunta.



➤ Tutte le strategie poste in essere successivamente hanno rispettato l'assunto e sono state orientate a sostenere i processi tecnico-organizzativi necessari all'evoluzione programmata.

#### Dal 1994 ad oggi:

##### Struttura:

Dipendenti +88

Sportelli +23

Costituzione della Rete Promotori Finanziari

Costituzione della Divisione Private Banking

##### Dati Patrimoniali:

Raccolta diretta +648 milioni di euro (+107,88%)

Raccolta indiretta +406 milioni di euro (+91,69%)

Impieghi economici +557 milioni di euro (+148,89%)

Masse amministrative +723 milioni di euro (+95,62%)

##### Dati economici:

Margine d'interesse +20 milioni di euro (+46,94%)

Margine d'intermediazione +36 milioni di euro (+66,69%)

Utile di esercizio +7.950.531 euro (+139,87%)

##### Patrimonio:

+112 milioni di euro (+138,80%)

➤ Il fenomeno evolutivo non è solo quantitativo; è anche miglioramento qualitativo perché verifica le intenzioni di una gestione programmata, è conforme alle attese

del mercato utilizzatore e capace di emarginare i rischi insiti nell'attività svolta dalla Banca.

➤ Il contesto operativo è quello proprio del sistema popolare e offre le garanzie di gradimento che gli sono proprie, anche in virtù del continuo accrescimento del corpo sociale al quale vengono coinvolti fidelizzando i clienti di miglior gradimento.

➤ Evoluta è la capacità che esprime l'apparato di governo, sia all'interno con la definizione in atto di processi e con il controllo attuato a verificare il loro corretto adempimento e quello delle disposizioni regolamentari emanate; sia all'esterno, con gli orientamenti indicati e vigilati dai responsabili di area sulle attività della rete loro assegnata.

### Tradizione, Evoluzione, Innovazione

Le nostre tre parole per esprimere tre fondamentali valori che ci guidano verso il futuro, ognuna con un preciso significato, ma con una chiave di lettura univoca:

“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

Tradizione

Innovazione

Responsabilità Sociale d'Impresa

Evoluzione

un processo di sviluppo che poggia sulle capacità degli interpreti di saper cogliere le istanze che il contesto socio-economico propone per una evoluzione competitiva”.

È fondamentale 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. Per questo la Banca ha da sempre manifestato particolare riguardo nel temperare 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 ha confermato per il 2006 la mission dichiarata nel 2005 e cioè



Il Direttore Generale Luciano Fagiolo, durante le celebrazioni del centenario della Banca Popolare del Lazio.

*“Divenire una banca regionale, perseguendo il rafforzamento del business nel segmento operativo retail ed alimentando il ruolo di “banca dell'impresa e dell'imprenditore”. Realizzare un modello di banca moderna ed efficiente che ha l'intento di accrescere il valore per tutti i suoi stakeholders.”*

La missione aziendale della Banca Popolare del Lazio consiste dunque nel potenziamento del proprio **ruolo di riferimento nello sviluppo economico e sociale della regione, ponendosi**

**quale interprete delle esigenze economiche e sociali della stessa.** Pertanto, la Banca difende la propria autonomia ed indipendenza attraverso un processo il rafforzamento della dimensione strutturale, patrimoniale e finanziaria.

Nella Banca Popolare del Lazio l'obiettivo della creazione di valore per gli azionisti viene 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.

Il 2006 ha riguardato la conclusione del Piano Strategico 2004-2006 ed ha valutato il conseguimento di gran parte degli obiettivi in esso programmati.

Nel mese di gennaio 2007 il Consiglio di Amministrazione ha approvato il nuovo Piano Strategico 2007-2009 che si caratterizza intanto per la continuità con il precedente, in quanto:

- conferma l'obiettivo di divenire una banca regionale, strategicamente autonoma e indipendente;
- persegue il rafforzamento del business nel segmento retail (family, personal e small business) nelle zone di tradizionale radicamento;
- riafferma il ruolo di banca dell'impresa e dell'imprenditore;
- si pone l'obiettivo fondamentale di creare valore per i dipendenti e gli azionisti.

In secondo luogo, mira al consolidamento del mercato di riferimento ed alla sua espansione attraverso l'apertura di un significativo numero di sportelli nella regione e quindi, conferma una strategia di crescita prevalentemente per linee interne. Il Piano Strategico si pone infine l'importante obiettivo di potenziare il processo di gestione delle risorse umane attraverso:

- l'arricchimento del piano della formazione professionale;
- la verifica continua ed il miglioramento costante dei sistemi di valutazione;
- lo sviluppo di adeguati strumenti di supporto al fine di presidiare efficacemente il processo, quali ad esempio il sistema incentivante.

### Valori e Codice etico

I Valori rappresentano quei principi fondamentali ai quali la Banca quotidianamente ispira il proprio comportamento professionale per il conseguimento della missione aziendale; essi definiscono la qualità delle relazioni ed il modo di condurre gli affari e di decidere le priorità dell'organizzazione.

I Valori della Banca Popolare del Lazio traggono origine innanzitutto dalle sue radici, che affondano ad oltre un secolo fa; ma poi si rintracciano anche nel solco lasciato dagli anni a venire, durante i quali la Banca ha seguito attentamente le evoluzioni sociali ed economiche proprie del

suo contesto di riferimento.

**Identità popolare**, quindi lo spirito cooperativistico al quale consegue il mutualismo non solo verso i soci ma in generale verso il territorio.

**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. Quindi una sensibilità al territorio, che cresce anche grazie al contributo della Banca.

**Centralità della Persona**, in tutte le sue molteplici vesti e relazioni: socio, cliente, dipendente, fornitore ecc. Soprattutto riconosce i valori che presiedono alla qualità di ciascuna delle citate relazioni. Essi sono raccolti nel Codice Etico della Banca Popolare del Lazio, approvato dal Consiglio di Amministrazione e divulgato nel 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.

I più importanti e comuni a tutti gli stakeholders:

**Trasparenza** negli scambi e nelle informazioni che rende duraturi i rapporti con le persone.

### Professionalità ed etica o etica professionale,

come convinzione che il fare impresa implica il rispetto di regole, non solo quelle scritte - dall'ordinamento giuridico ai regolamenti aziendali - ma anche quelle dettate dalla coscienza, ispirate dunque alla lealtà ed al senso di responsabilità proprio di ciascuno.

### Assetto Istituzionale ed Organizzativo

#### Corporate Governance

La Corporate Governance "è l'insieme delle regole e delle norme, delle azioni, delle funzioni e dei controlli per cui, nella concreta gestione di un'impresa, sono tutelati e conciliati gli interessi di tutti gli stakeholders". (Cfr T.Bianchi, Masciandaro 1999).

Le banche popolari sono riconosciute nella famiglia degli istituti cooperativi anche se non a "mutualità prevalente", per cui esse realizzano un particolare modello di mutualità che è incentrato nel servizio ai Soci ed anche nel supporto alle economie locali dei territori ove operano. Inoltre esse possiedono i requisiti funzionali delle cooperative, in particolare il voto capitaro ed il limite al possesso azionario, che esaltano la democraticità di governo e, attraverso la valorizzazione paritaria di ciascun Socio, favoriscono la presenza negli Organi societari di amministratori e sindaci indipendenti. Nell'ambito di queste regole generali, la Banca Popolare del Lazio

sostiene la rappresentatività in Assemblea, promuove l'ampliamento della base sociale al fine di facilitare la condivisione delle scelte.

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.**

L'Assemblea rappresenta l'intero corpo sociale ed il suo funzionamento è disciplinato dalla Legge e dallo Statuto sociale agli artt. 21-27.

Il Consiglio di Amministrazione è composto da undici membri designati dall'Assemblea e scelti per almeno 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. L'Amministratore Delegato indirizza strategicamente le attività della Banca nell'ambito del Piano Strategico e delle politiche definite a livello di Consiglio di Amministrazione, al fine di ottenere la massima soddisfazione e coesione della compagine sociale, oltre agli specifici poteri delegati dal Consiglio stesso.

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. Il Direttore Generale è inoltre il capo del personale ed ha la funzione di guidare e coordinare tutte le componenti in cui è divisa la Banca per conseguire gli obiettivi determinati dal Consiglio di Amministrazione sia in termini di

masse che di redditività, nel rispetto del rapporto rischio/rendimento.

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.

A supporto dell'attività del Consiglio di Amministrazione e dell'Alta Direzione, con funzioni consultive e/o decisionali, sono stati istituiti alcuni Comitati, permanenti o creati per necessità contingenti, operanti su specifici ambiti di competenza. In particolare:

- il **Comitato Rischi** che ha lo scopo di individuare e valutare, sulla base degli andamenti gestionali e degli scostamenti dalle previsioni, i fattori da cui possono derivare rischi alla Banca, proponendo gli adeguamenti alle politiche di gestione dei rischi stessi, nell'ambito dell'asset strategico definito dal Consiglio di Amministrazione.
- il **Comitato Finanza** che ha l'obiettivo di definire gli indirizzi tattici/operativi e gli ambiti di manovra sulla base dell'andamento dei mercati e della situazione delle attività in funzione di quanto elaborato

e proposto nell'ambito del Comitato Rischi.

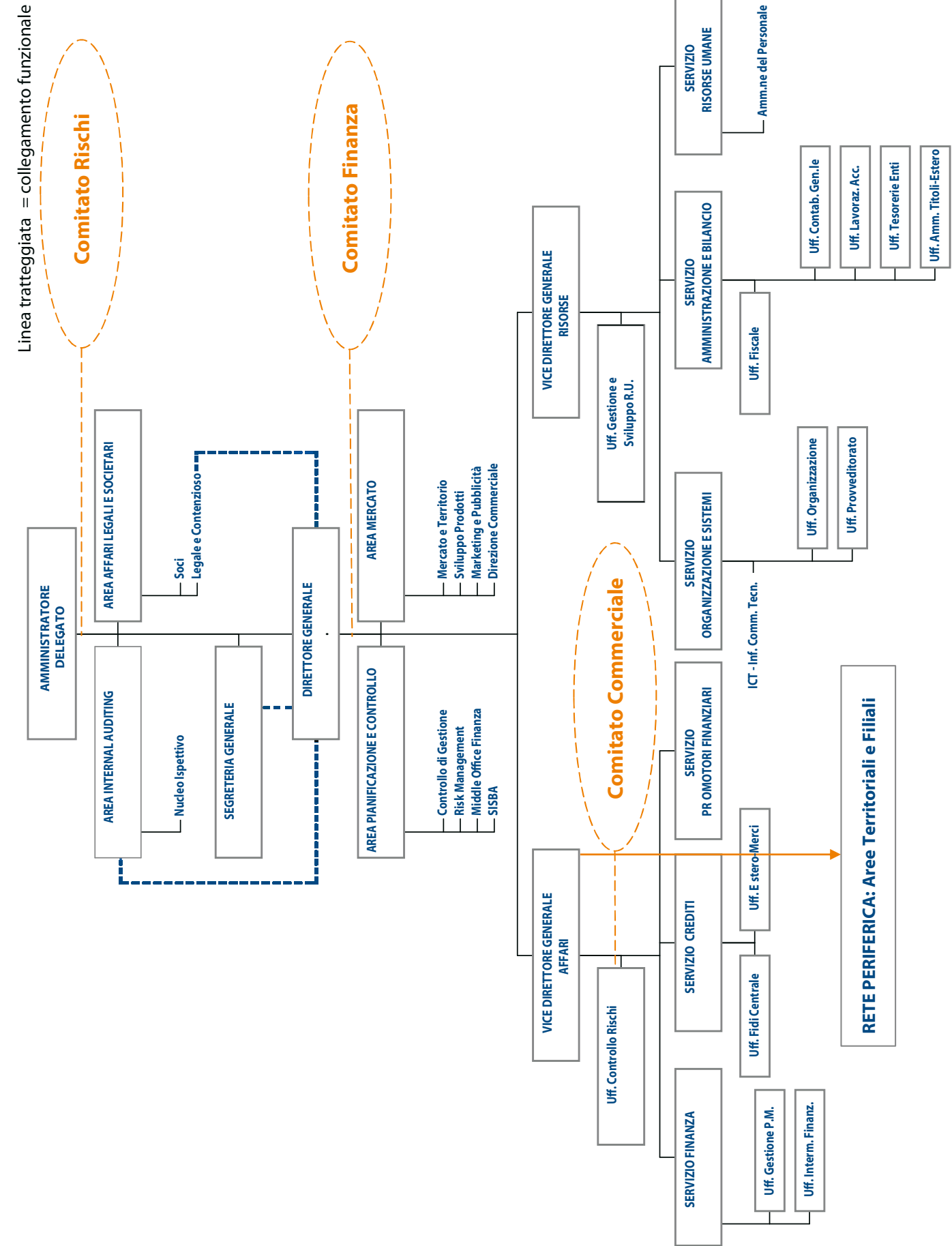
- il **Comitato Commerciale** che ha la funzione di analizzare e valutare il posizionamento della Banca sul mercato di riferimento, nonché di determinare gli indirizzi dell'azione commerciale della rete periferica, sulla base degli andamenti gestionali e degli scostamenti dalle previsioni di budget.
- il **Comitato Basilea 2**, costituito nel corso dell'anno, con lo scopo di seguire le attività della Banca in relazione all'adeguamento alle nuove disposizioni di vigilanza emanate dalla Banca d'Italia in seguito al recepimento del Nuovo Accordo di Basilea sul Capitale (Basilea 2), che avrà un impatto significativo sull'assetto organizzativo e sulla governance della Banca. Questa nuova regolamentazione, che entrerà in vigore a partire dal 1° gennaio 2008, impone alla Banca di fornire annualmente alla Banca d'Italia il "resoconto" del processo di controllo prudenziale adottato e concretamente svolto. In relazione a ciò, la Banca dovrà fornire informazioni sui sistemi adottati per la gestione dei rischi assunti e/o potenziali, derivanti dalla sua attività d'intermediazione e, quindi, il livello di adeguatezza del capitale comples-

sivo interno necessario a fronteggiarli; il sistema di governo societario, il sistema dei controlli interni e la struttura organizzativa per la misurazione o valutazione dei rischi.

**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, poste sotto la responsabilità di due Vice Direttori Generali. 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 nostra struttura di Rete è costituita da sei Aree Territoriali: Velletri, Frascati, Frosinone, Latina, Pavona e Roma. Nel corso dell'anno 2006 sono state aperte tre nuove filiali: la nona agenzia in Roma, Monterotondo, nella zona nord di Roma e Sora, nella provincia di Frosinone. È stato inoltre effettuato il trasferimento della Filiale di Latina 3 (Borgo S.Michele) nei nuovi locali limitrofi e maggiormente idonei, acquistati dalla Banca. Nei primi mesi del 2007 sono state avviate altre due filiali, a Fiumicino e Pomezia, portando così a 45 i punti operativi. Mentre la rete sportelli continua ad essere alimentata costantemente, ulteriore sviluppo 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. In particolare, i locali sovrastanti l'agenzia nove di Roma, nella centrale Via Po, accolgono il secondo punto operativo dedicato alla gestione della Clientela Private, che si aggiunge a quello presso la Sede Centrale di Velletri: il marchio Personal Financial Division contraddistingue la presenza della Banca Popolare del Lazio nel settore del Private Banking che si occupa della gestione delle esigenze finanziarie di un particolare target di clientela.





**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, il Valore Aggiunto rappresenta la capacità della Banca di creare ricchezza da distribuire ai vari interlocutori (soci, clienti, dipendenti, collettività e Stato) nonché allo stesso “sistema banca” per l’accantonamento delle risorse necessarie agli investimenti futuri. Dall’analisi della sua composizione si ha una percezione immediata ed assolutamente oggettiva dell’impatto sociale creato dalla Banca verso i suoi stakeholders.*

Il rendiconto sociale utilizza gli stessi dati del bilancio d'esercizio, redatto nel rispetto delle norme civilistiche ed approvato dall'assemblea dei soci. Ciò che cambia è il criterio di riclassificazione dei dati che è in funzione del fine: il bilancio d'esercizio evidenzia i risultati aziendali in termini di remunerazione del capitale di rischio e consente di individuare i principali indicatori di equilibrio economico, patrimoniale e finanziario; il bilancio sociale estende questa valutazione per mettere in evidenza la capacità della Banca di soddisfare anche i diversi soggetti con cui essa è in relazione nell'ambito della propria attività.

Il rendiconto sociale non è una lettura alternativa del bilancio d'esercizio, che resta la base per valutare il corretto ed efficiente operato della Banca; esso è semmai una lettura integrativa, che valuta a più ampio raggio la validità economico-sociale della iniziativa imprenditoriale.

Di seguito vengono riportati i prospetti di Conto Economico redatto in base ai criteri civilistici (che hanno recepito i nuovi principi contabili internazionali IAS/IFRS) e quello riclassificato secondo il criterio del Valore Aggiunto, seguendo la metodologia suggerita dal Modello ABI-IBS, che è il modello prescelto dall'Abi in collaborazione con l'Istituto Europeo per il Bilancio Sociale per il settore del credito. Per quanto riguarda l'esercizio 2005, al fine di consentire il confronto gestionale su basi omogenee, i dati sono stati ricostruiti sulla base dei nuovi principi contabili internazionali IAS/IFRS che hanno determinato la formazione del bilancio d'esercizio 2006.

Si forniscono inoltre alcuni indici gestionali, ottenuti dai dati contenuti nel conto economico e nello stato patrimoniale del bilancio d'esercizio 2006 ed un confronto con quelli ottenuti nel 2005.

#### CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO (in unità di euro)

	2006	2005
Interessi attivi e proventi assimilati	74.147.193	62.238.588
Interessi passivi e oneri assimilati	(13.003.757)	(10.101.632)
<b>Margine di interesse</b>	<b>61.143.436</b>	<b>52.136.956</b>
Commissioni attive	20.103.587	18.743.015
Commissioni passive	(2.611.546)	(2.436.319)
<b>Commissioni nette</b>	<b>17.492.041</b>	<b>16.306.696</b>
Dividendi e proventi simili	252.932	488.986
Risultato netto dell'attività di negoziazione	1.372.062	836.651
Risultato netto dell'attività di copertura	72.216	(32.436)
Utile (perdita) da cessione o riacquisto di:	413.601	(17.192)
a) crediti	-	-
b) attività finanziare disponibili per la vendita	356.227	(13.328)
c) attività finanziare detenute sino alla scadenza	-	-
d) passività finanziarie	57.374	(3.864)
<b>Margine di intermediazione</b>	<b>80.746.288</b>	<b>69.719.661</b>
Rettifiche/riprese di valore nette per deterioramento di:	(7.481.130)	(3.110.833)
a) crediti	(7.658.651)	(2.881.160)
b) attività finanziare disponibili per la vendita	-	-
c) attività finanziare detenute sino alla scadenza	-	-
d) altre operazioni finanziarie	177.521	(229.673)
<b>Risultato netto della gestione finanziaria</b>	<b>73.265.158</b>	<b>66.608.828</b>
Spese amministrative:	(51.515.671)	(46.993.387)
a) spese per il personale	(28.519.147)	(26.425.283)
b) altre spese amministrative	(22.996.524)	(20.568.104)
Accantonamenti netti ai fondi per rischi ed oneri	(2.078.300)	(2.368.125)
Rettifiche/Riprese di valore nette su attività materiali	(1.408.382)	(1.939.544)
Rettifiche/Riprese di valore nette su attività immateriali	(115.872)	(133.859)
Altri oneri/proventi di gestione	8.440.305	9.137.844
<b>Costi operativi</b>	<b>(46.677.920)</b>	<b>(42.297.071)</b>
Utili (Perdite) da cessione di investimenti	32.760	13.730
<b>Utile dell'operatività corrente al lordo delle imposte</b>	<b>26.619.998</b>	<b>24.325.487</b>
Imposte sul reddito dell'esercizio dell'operatività corrente	(12.985.122)	(10.967.816)
<b>Utile dell'operatività corrente al netto delle imposte</b>	<b>13.634.876</b>	<b>13.357.671</b>
<b>Utile d'esercizio</b>	<b>13.634.876</b>	<b>13.357.671</b>

**INDICI DI EFFICENZA DEL PERSONALE**

	2006	2005
Totale attivo / Media numero dipendenti	3,601mln	3,562ml
Raccolta diretta da clientela / Media numero dipendenti	2,895mln	2,909mln
Crediti verso clientela (lordi) / Media numero dipendenti	2,332mln	2,249 mln
Risultato netto della gestione finanziaria / Media numero dipendenti	169.890 €	158.184 €

**INDICI DI STRUTTURA E SOLVIBILITÀ**

	2006	2005
Capitale e Riserve (dopo riparto utili) / Totale attivo	12,79%	12,19%
Capitale e Riserve (dopo riparto utili) / Raccolta diretta da clientela	15,91%	14,93%
Capitale e Riserve (dopo riparto utili) / Crediti verso clientela (netti)	21,33%	20,89%
Crediti verso clientela (netti) / Totale attivo	58,96%	58,37%
Raccolta diretta da clientela / Totale passivo e Patrimonio	80,40%	81,66%
Crediti verso clientela (lordi) / Raccolta diretta da clientela	80,53%	77,31%

**INDICI DI REDDITIVITÀ**

	2006	2005
Margine d'intermediazione / Totale attivo	5,20%	4,65%
Risultato netto della gestione finanziaria / Capitale e Riserve (senza riparto utili)	37,86%	36,95%
Utile dell'operatività corrente al lordo delle imposte / Capitale e Riserve (senza riparto utili)	13,76%	13,49%
Risultato netto d'esercizio / Totale attivo	0,88%	0,89%
Risultato netto d'esercizio / Margine d'intermediazione	16,89%	19,16%
Risultato netto d'esercizio / Media Capitale e Riserve (senza riparto utili)	7,17%	7,77%

**PROSPETTO DI DETERMINAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO (in unità di euro)**

	2006	2005
<b>PRODUZIONE:</b>		
Interessi attivi e proventi assimilati	74.147.193	62.238.588
Commissioni attive	20.103.587	18.743.015
Altri ricavi:		
Dividendi e proventi simili	252.932	488.986
Risultato netto dell'attività di negoziazione	1.372.062	836.651
Risultato netto dell'attività di copertura	72.216	(32.436)
Utile (perdita) da cessione o riacquisto di:	413.601	(17.192)
a) crediti	-	-
b) attività finanziarie disponibili per la vendita	356.227	(13.328)
c) attività finanziarie detenute sino alla scadenza	-	-
d) passività finanziarie	57.374	(3.864)
Proventi di gestione	9.212.221	9.446.046
<b>TOTALE PRODUZIONE LORDA</b>	<b>105.573.812</b>	<b>91.703.658</b>
<b>CONSUMI:</b>		
Interessi passivi e oneri assimilati	(13.003.757)	(10.101.632)
Commissioni passive	(2.611.546)	(2.436.319)
Altre spese amministrative	(19.018.590)	(16.637.443)
Rettifiche/riprese di valore nette per deterioramento	(7.481.130)	(3.110.833)
Accantonamenti netti ai fondi per rischi ed oneri	(2.078.300)	(2.368.125)
<b>TOTALE CONSUMI</b>	<b>(44.193.323)</b>	<b>(34.654.352)</b>
<b>VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO</b>	<b>61.380.489</b>	<b>57.049.306</b>
Componenti straordinari:		
Proventi straordinari	16.909	350.340
Oneri straordinari	(193.680)	(109.105)
Utili da cessione di investimenti	32.760	13.730
<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO</b>	<b>61.397.398</b>	<b>57.399.646</b>
Rettifiche di valore su immobilizz. materiali e immateriali	(2.119.602)	(2.646.935)
<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO</b>	<b>59.277.796</b>	<b>54.752.711</b>
Spese per il personale	(28.519.147)	(26.425.283)
Elargizioni e liberalità	(222.105)	(139.648)
Imposte e tasse indirette e patrimoniali	(3.916.546)	(3.862.293)
<b>RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE</b>	<b>26.619.998</b>	<b>24.325.487</b>
Imposte sul reddito dell'esercizio dell'operatività corrente	(12.985.122)	(10.967.816)
<b>UTILE D'ESERCIZIO</b>	<b>13.634.876</b>	<b>13.357.671</b>

### DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO (in unità di euro)

	2006	2005
TOTALE PRODUZIONE LORDA	105.573.812	91.703.658
TOTALE CONSUMI	(44.193.323)	(34.654.352)
COMPONENTI STRAORDINARI	16.909	350.340
<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO</b>	<b>61.397.398</b>	<b>57.399.646</b>
<b>SOCI</b>		
SOCI	8.074.690	6.760.924
Dividendi distribuiti ai soci	8.074.690	6.760.924
<b>RISORSE UMANE</b>		
RISORSE UMANE	28.701.128	26.844.184
Costo del lavoro indiretto	1.192.873	1.098.610
Costo del lavoro diretto	27.326.274	25.627.522
Dividendi distribuiti al personale	181.981	118.052
<b>SISTEMA ENTI/ISTITUZIONI (STATO)</b>		
SISTEMA ENTI/ISTITUZIONI (STATO)	16.901.668	14.830.109
Imposte e tasse indirette	3.916.546	3.862.293
Imposte sul reddito d'esercizio	12.985.122	10.967.816
<b>COLLETTIVITA' E AMBIENTE</b>		
COLLETTIVITA' E AMBIENTE	503.236	340.214
Beneficenza per destinazione utili d'esercizio	281.131	200.566
Liberalità esterne	222.105	139.648
<b>SISTEMA IMPRESA</b>		
SISTEMA IMPRESA	7.216.676	8.624.215
Utili a riserva	5.097.074	5.977.280
Rettifiche di valore su immobilizz. materiali e immateriali	2.119.602	2.646.935

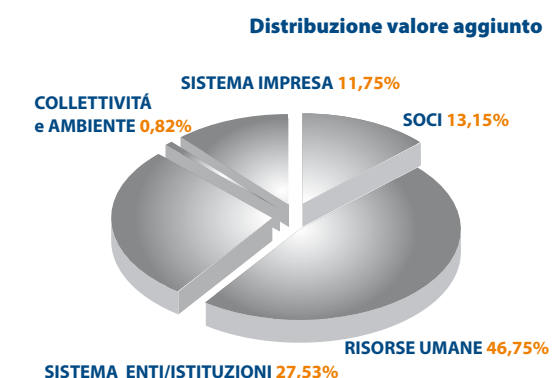


Il Valore Aggiunto generato dalla Banca Popolare del Lazio nell'anno 2006 è stato pari a 61.397.398 euro; questa ricchezza è stata distribuita sia all'interno della Banca che all'esterno:

- il 13,15% del Valore Aggiunto, pari a 8.074.690 euro, è stato distribuito ai Soci sotto forma di dividendo;
- il 46,75%, pari a 28.701.128 euro, ai dipendenti sotto forma di stipendi, oneri sociali e trattamenti pensionistici, oltre spese ed oneri comunque destinati al personale;
- lo 0,82%, pari a 503.236 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 27,53%, pari a 16.901.668 euro, allo Stato, Enti ed Istituzioni sotto forma di imposte dirette ed indirette;
- l' 11,75% pari a 7.216.676 infine al Sistema Impresa, come autofinanziamento e dunque a sostegno del progetto imprenditoriale.



n.b.: nel dato collettività non sono incluse le sponsorizzazioni.



### **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. 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 un' adeguata remunerazione al suo investimento.*

### **Le Risorse Umane**

*Sono il vero motore della Banca e rappresentano il fattore chiave di successo. I valori che orientano questa relazione sono la competenza e la motivazione dei dipendenti. La relazione con le risorse umane è caratterizzata da una notevole complessità gestionale; in tale rapporto è tuttavia indispensabile che ogni dipendente si senta utile parte di una grande realtà della quale condividere opportunità e vincoli, a cui partecipare con forte spirito di coesione e alla quale essere orgogliosi di appartenere.*

### **I Clienti**

*Il cliente è al centro delle attenzioni strategiche e operative della Banca. Le famiglie e le PMI costituiscono il cliente tipo della Banca e ad esse si rivolge l'offerta di prodotti/servizi, con il fine di contribuire alla loro crescita ed a quella della collettività. I Valori che orientano questa relazione sono centrati sulla fiducia e sulla soddisfazione del cliente. La Banca ritiene che questi 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".*

### **La Collettività**

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

### **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.*

### **I Fornitori**

*La Banca è impegnata ad instaurare e mantenere con i fornitori rapporti trasparenti, basati sulla reciproca fiducia, migliorando sempre più l'efficienza del processo di acquisizione dei prodotti/servizi. In considerazione della sua vocazione localistica e ferme restando le valutazioni sul rapporto qualità/prezzo, come sull'affidabilità e sull'efficienza, la Banca privilegia gli imprenditori locali.*

## **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** *In tale contesto gli obiettivi prioritari e le linee d'indirizzo sono stati:*

- creare valore per i Soci attraverso una gestione dinamica che sappia temperare gli obiettivi di sviluppo territoriale, di crescita patrimoniale e di reddito con la capacità di governo dei rischi connessi all'attività imprenditoriale;*
- rafforzare l'identità di banca popolare cooperativa, espressione di una larga base sociale, attraverso la difesa dei caratteri fondamentali dell'attuale disciplina giuridica;*
- ampliare il corpo sociale e rafforzarne il senso di appartenenza alla Banca. La solidità del legame si fonda sulla coincidenza in un unico soggetto della duplice qualifica di Socio e Cliente.*

*Il sistema cooperativo rappresenta un modello giuridico e di mercato, forte di 4.500 banche (su circa 8.000 che formano il panorama creditizio nell'Unione Europea), 60 milioni di soci, 140 milioni di clienti, 60.000 sportelli ed oltre 2.000 miliardi di mezzi amministrati.*

*In Italia la rete distributiva ha superato i 7.700 sportelli, con un incremento tendenziale del 2,9% rispetto al 2,4% del Sistema. La quota di mercato è salita al 24,2%. Sono oggi 49 le province in cui l'incidenza del Credito popolare supera il 25%.*

*Sicuro volano delle "performance" del sistema popolare, peraltro apprezzate dalle agenzie di rating, è sicuramente la struttura di "public company" e la vocazione localistica che rappresenta il vero punto di forza dell'azione del sistema.*

*La fidelizzazione della clientela viene sicuramente esaltata dalla possibilità e facilità che essa ha nel concorrere, con pari dignità, al consolidamento ed alla crescita della Banca, attraverso la partecipazione sociale. Non solo cliente ma anche socio.*

Fonte "BancaFinanza" marzo 2007

## Politica di sviluppo del corpo sociale

Dalla natura di banca popolare discende la composizione del capitale sociale della Banca Popolare del Lazio, estremamente frazionato tra un vasto numero di Soci.

L'art. 30 del Testo Unico Bancario, unitamente all'art. 21 dello Statuto sociale della Banca, stabiliscono limiti al possesso azionario nella misura dello 0,50% del capitale sociale, che non può mai essere superato, salva l'attivazione di una procedura di alienazione delle azioni eccedenti, da chiudersi rigorosamente entro un anno dall'accertamento della violazione.

Il suddetto limite viene costantemente monitorato dagli organi preposti attraverso specifici controlli che ne garantiscono il rispetto.

L'ammissione di nuovi Soci è regolamentata dagli articoli 8 e 9 dello Statuto, che ne definiscono gli aspetti procedurali, nonché da una specifica delibera del Consiglio di Amministrazione che disciplina i parametri di valutazione ai fini dell'accoglimento delle domande di ammissione. Tra questi, la necessità di essere clienti e di risiedere ed operare nell'area d'insediamento della Banca.

In particolare, la necessità di sottoscrivere una quantità minima di azioni. Infatti, se il voto capitaro è l'asse portante della struttura cooperativa, la fissazione di una entità minima, piuttosto che massima, corrisponde con il reale inte-

resse del soggetto a partecipare alla vita sociale della società e non giustifica l'intento di mantenere una quantità esigua di azioni al solo effimero scopo di avvalersi dei benefici economici che la Banca prevede per i servizi prestati ai Soci. In sostanza è necessario garantire una effettiva condivisione da parte del richiedente degli scopi e dello spirito della forma cooperativistica della Società.

Inoltre, con apposita delibera annuale, in attuazione del disposto dell'art.6 dello Statuto sociale, il Consiglio di Amministrazione stabilisce anche un plafond, quale 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 crescita azionaria sia in linea con le ipotesi di sviluppo contenute nel Piano Strategico Pluriennale e collimi con esigenze di stabilità delle poste patrimoniali, tenendo altresì in debito conto le legittime aspettative dei Soci che hanno concorso nel tempo, con una partecipazione costante e stabile, a consolidare le poste stesse.

Le citate norme statutarie definiscono anche le condizioni e le procedure di esclusione del Socio dalla compagine societaria. Nel 2006, le cause di esclusione sono state totalmente riconducibili all'inadempimento di obbligazioni contrattuali con la Banca, ovvero alla decadenza dallo status di Socio per alienazione totale del possesso azionario.

## Consistenza e Composizione

Al 31.12.2006 il capitale sociale è di 19.053.855 euro diviso in n. 6.351.285 azioni del valore nominale di 3,00 euro, di cui:

- > a Soci per n. 6.281.551
- > a non Soci per n. 69.734

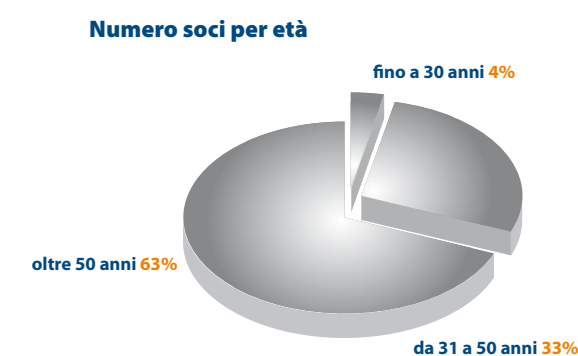
Queste ultime fanno riferimento a n. 211 azionisti non iscritti nel libro Soci della Banca. Alla fine del 2006, i Soci effettivi con diritto di voto all'assemblea ordinaria risultano n. 5.759 (+ 2,10%).

Dall'esame della compagine sociale emerge ancora una significativa componente femminile, ma con una netta maggioranza degli uomini nella fascia d'età che supera i 50 anni (62,83%). Sotto il profilo della distribuzione territoriale, il 35,14% dei Soci è residente a Velletri, che possiamo ancora definire la "roccaforte" della compagine sociale, il 32,68% a Latina e provincia, il 30,82% a Roma e provincia.

Quanto alla fidelizzazione, i valori che emergono dall'analisi della durata del rapporto sono indice anch'essi della forza di attrarre e mantenere risparmio; in altre parole della capacità da parte

della Banca di ottenere fiducia dai Soci, sia per le qualità di governo che di generazione di ricchezza economica.

Da un'analisi condotta nel 2006 sull'attività del servizio Soci e, in particolare, dal rapporto tra le nuove emissioni di azioni ed i nuovi Soci, emerge una costante ricerca da parte degli stessi di au-



mentare la propria partecipazione, evidenziando inequivocabilmente con ciò la fiducia riposta dalla base sociale nel nostro titolo e nel management aziendale. Questa fiducia si ottiene dimostrando di rispettare valori importanti, nei quali oggi il nostro Socio crede, perché sa come e quanto la Banca li abbia nel tempo difesi e considerati.

	2004	2005	2006
numero soci	5.397	5.640	5.759

	2004	2005	2006
Donne	32,13%	32,43%	32,54%
Uomini	67,85%	67,55%	67,44%
enti/società/istituzioni	0,02%	0,02%	0,02%

## Politiche di remunerazione

### Rendimento ed andamento del titolo

La gestione responsabile della Banca si riflette sull'andamento del rendimento complessivo dell'azione e sull'andamento del dividendo, che confermano entrambe un positivo trend di crescita. Il 2006, che già all'approvazione della relazione semestrale aveva fatto emergere un risultato di periodo molto positivo, ha confermato a fine anno le risultanze di cui sopra, con un monte dividendi pari a 8.256.670,50 euro, a fronte di un utile netto di 13.634.876,00 euro. Il dividendo riconosciuto nel 2006 è stato pari a 1,30 euro con un incremento dell'13,00% rispetto al 2005.

Unitamente all'incremento di valore dell'azione

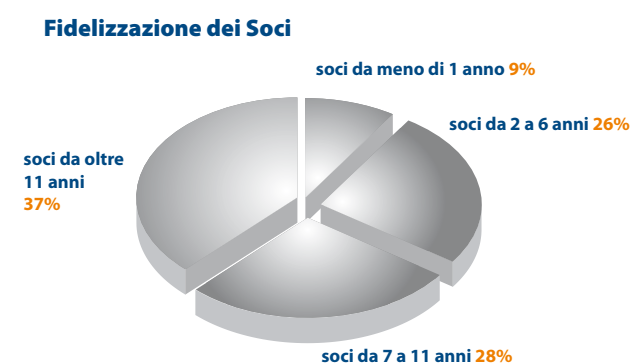
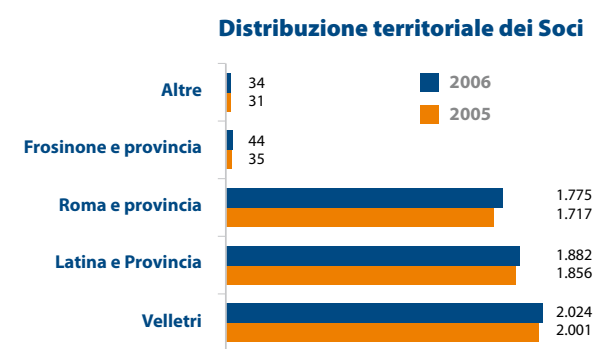
per effetto della capitalizzazione, il rendimento complessivo registrato per il 2006 è stato pari all'11,01%. A fine 2006, l'azione ha così raggiunto il valore di 30,57 euro.

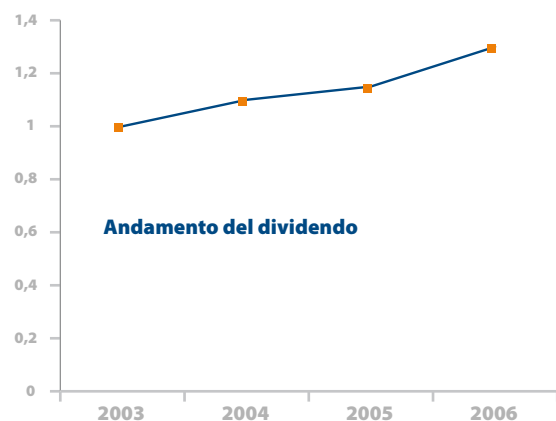
In definitiva, la creazione di valore per i Soci, nel contesto di un rapporto basato sulla fiducia e trasparenza, si conferma come uno degli obiettivi principali della Banca, nel breve come nel lungo termine.

## Politiche di comunicazione

### Informazione e Partecipazione

La Banca Popolare del Lazio favorisce la partecipazione dei Soci alla vita della Società e comuni-





ca con Trasparenza, Chiarezza e Completezza le informazioni che li riguardano.

La Banca è inserita nell'Elenco degli Emittenti Strumenti Finanziari diffusi tra il pubblico in modo 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 Organizzato (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.

La funzionalità del sistema permette di adempiere tempestivamente a tutte le richieste dei Soci e di far fronte alle stesse 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.

L'Assemblea annuale è il principale e più importante momento di comunicazione ed anche il momento in cui ogni Socio può democraticamente esprimere la propria opinione sui fatti sociali posti in discussione; con l'intento di garantire questo diritto, la Banca comunica con puntualità e chiarezza tali argomenti.

Per facilitare al massimo la partecipazione dei Soci all'Assemblea, oltre che spedire a domicilio gli avvisi di convocazione e le relative certificazioni ai circa 5.800 Soci, la Banca ha da tempo messo a punto una procedura che consente il rilascio on-line del duplicato della certificazione presso la Sede ove ha luogo lo svolgimento dell'Assemblea.

Le Assemblee della Banca Popolare del Lazio sono sempre molto sentite e partecipate.

A partire dall'Assemblea 2006, è entrata in vigore la modifica statutaria riguardante il numero di deleghe attribuibili a ciascun Socio e ciò ha consentito ad un maggior numero di Soci di partecipare alle Assemblee. I lavori assembleari seguono un ordinato svolgimento che obbedi-

sce alle regole statutarie; mentre la regolarità dell'Assemblea è garantita da una specifica procedura, con supporto informatico, ormai collaudata e perfezionata nel tempo, che gestisce l'ammissione e la rappresentanza dei Soci, nonché il regolare svolgimento delle votazioni.

Se l'Assemblea dei Soci rappresenta la più importante occasione di comunicazione e d'incontro ed il principale momento per un costruttivo scambio di idee, è però vero che La Banca comunica sistematicamente, tempestivamente e con trasparenza i risultati e i fatti rilevanti che si verificano nel corso dell'anno, con forme di comunicazione diffuse e di facile lettura. In particolare, vengono utilizzati i seguenti canali:

- il sito internet [www.bplazio.it](http://www.bplazio.it) che fornisce nella parte generale i bilanci d'esercizio con tutte le relazioni e, nella sezione dedicata ai Soci, ulteriori notizie ed informazioni su fatti di specifico rilievo, come i comunicati stampa e le convocazioni assembleari.
- la lettera ai Soci che comunica in modo mirato e diretto, una volta l'anno in occasione dell'approvazione della situazione semestrale, l'andamento della Banca, i risultati di periodo e altre notizie importanti per informare sullo stato di attuazione dei programmi e delle attività aziendali.

Il mailing ai Soci è un'iniziativa che ha avuto inizio nel 2006 e rappresenta l'attuazione di un impegno assunto dalla Banca in occasione della redazione del Bilancio Sociale 2005.

L'iniziativa realizza quindi uno degli obiettivi di miglioramento dichiarati, nell'ottica di intensificare in qualità e quantità la comunicazione ai Soci, attraverso delle modalità e con frequenze che vanno oltre gli obblighi di legge.

### Politiche commerciali

Nel rispetto del principio mutualistico che caratterizza la formula cooperativa, la Banca Popolare del Lazio, pur senza voler creare eccessive sperequazioni nel rapporto con la generalità dei clienti, prevede un paniere di prodotti/servizi offerti ai Soci a condizioni agevolate.

Le principali agevolazioni si hanno sui costi di gestione e sui tassi attivi/passivi del conto corrente, sulle carte di debito e sui mutui e prestiti personali. In particolare: il Conto Soci, il 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, la Sovvenzione Soci, utilizzata per finanziare nel breve periodo esigenze anche familiari ed il Mutuo Soci, per acquistare o ristrutturare immobili.



**Le Risorse Umane** *In tale contesto l'obiettivo della Banca è quello di rafforzare la professionalità di ogni dipendente attraverso una costante formazione volta a migliorare le competenze, assecondando le inclinazioni e sviluppando le potenzialità, per favorire attraverso la crescita individuale, quella complessiva dell'azienda.*

## Politiche di crescita e consistenza

Le persone che a fine 2006 lavorano in Banca Popolare del Lazio sono 446 (+ 19 rispetto al 2005), con un incremento netto relativo del 4,45%.

Si sono infatti registrate 32 nuove assunzioni, per la maggior parte di giovani ad elevato potenziale, destinati pressoché esclusivamente ad un impiego nella Rete, al fine di seguirne l'espansione territoriale.

Si sono inoltre registrate 13 cessazioni del rapporto di lavoro, riconducibili sia ad dipendenti che avevano maturato l'anzianità di servizio (5), sia a dimissioni (8).

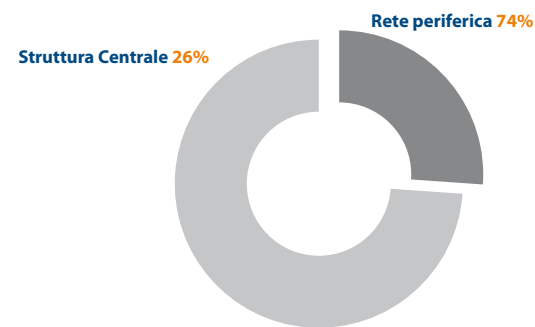
Al riguardo va osservato che nel triennio 2004-2006 la Banca ha assunto 49 nuove risorse (7 per assunzione diretta relativamente a figure professionali già formate e 42 per selezione relativamente a ruoli base), di cui il 93,87% necessario alla realizzazione del Piano Sportelli del corrispondente triennio.

Continua pertanto il positivo trend di crescita che conferma e concretizza le intenzioni di sviluppo della Banca e l'attenzione della stessa alla valorizzazione del potenziale lavorativo locale, tanto che buona parte delle nuove risorse sono state selezionate nei bacini regionali di Frosinone e Roma, corrispondenti alle nuove direttrici di sviluppo della Banca.

Rispetto al 2005, la dislocazione del personale tra la Rete e la Struttura centrale, che vede crescere la prima in misura più che proporziona-

le alla seconda, conferma la politica della Banca tendente al rafforzamento della presenza territoriale.

### Distribuzione territoriale



Distribuzione territoriale	2005	2006
Rete periferica	313	330
Struttura centrale	114	116

### Composizione per inquadramento

Appartiene alla categoria dei Dirigenti il 2,24% del personale (1,87% nel 2005), mentre il 34,30% (33,72% nel 2005) rientra nella categoria dei Quadri Direttivi ed il restante 63,45% (64,4% nel 2005) è rappresentato dalle Aree Professionali.

Composizione per inquadramento	2005	2006
Dirigenti	8	10
Quadri Direttivi	144	153
3° Area Professionale	267	275
1° e 2° Area Professionale	8	8

### Composizione per fasce d'età

In conseguenza alla politica di assunzione attuata, che ha privilegiato le giovani risorse, l'età media del personale che nel 2005 era di 42 anni e 10 mesi, si è ridotta a 42 anni e 7 mesi. La fascia d'età 20-25 anni è quella che ha registrato la maggiore variazione passando dall'1,17% del 2005 al 3,13% del 2006.

### Composizione per classi di anzianità

L'anzianità media di servizio è pari a 15 anni e 9 mesi, con il 34,08% del personale che non supera i 10 anni di anzianità.

### Composizione per titolo di studio

Nel corso dell'anno è salito il livello di scolarità del personale per effetto delle politiche di

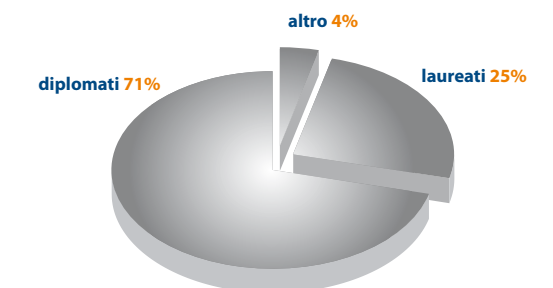
### Suddivisione del personale per età

	2006		2005	
	Donne	Uomini	Donne	Uomini
20-25	1	13	0	5
26-30	8	25	13	24
31-35	22	45	18	37
36-40	24	50	26	58
41-45	13	71	10	77
46-50	10	69	8	61
51-55	4	45	6	43
oltre 55	3	43	2	39
<b>Totale</b>	<b>85</b>	<b>361</b>	<b>83</b>	<b>344</b>

### Suddivisione per anzianità di servizio

0-5	87	19,51%
06-10	65	14,57%
11-15	47	10,54%
16-20	95	21,30%
21-25	85	19,06%
26-30	37	8,30%
31-35	21	4,71%
oltre 35	9	2,02%
<b>Totale</b>	<b>446</b>	<b>100,00%</b>

### Composizione per titolo di studio



### TITOLO DI STUDIO / INQUADRAMENTO DEI DIPENDENTI / SESSO

	Impiegati		Quadri		Dirigenti		Totale
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	
Laurea	48	23	32	5	4	-	112
Diploma	154	44	105	8	6	-	317
Altro	10	4	2	1	-	-	17
<b>Totale</b>	<b>212</b>	<b>71</b>	<b>139</b>	<b>14</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>446</b>

assunzione della Banca. Il personale in possesso di laurea è passato dal 24,36% del 2005 al 25,11% del 2006.

## Politiche del lavoro

### Rapporti di lavoro

I contratti di lavoro offerti dalla Banca Popolare del Lazio sono normalmente a tempo indeterminato. Solo raramente, a causa di esigenze contingenti, può essere necessario proporre contratti a tempo determinato, che vengono successivamente ed in un breve arco di tempo, trasformati in contratti a tempo indeterminato: a fine 2006 non si registra alcun contratto a termine.

I part time esistenti alla fine dell'anno sono soltanto 9 contro gli 11 dello scorso 2005.

Nel 2006 le giornate di assenza dal servizio, escluse quelle relative alle ferie ed ai permessi vari, sono state 4.404 di cui il 78,15% per malattia e il 21,84% per maternità.

### Pari opportunità

La componente femminile della Banca Popolare del Lazio si attesta come per l'anno 2005 a poco più 19% dell'organico complessivo. Tuttavia, nella sostanziale stabilità della "quota rosa", cambia la ripartizione nel suo interno in relazione all'inquadramento e/o ai ruoli; infatti la percentuale delle donne Quadri Direttivi passa dal 2,34% al 3,14% e, viceversa, le Aree Professionali scen-

dono dal 17,10% al 15,92%. Nel corso dell'anno sono state lanciate nel ruolo di vice-titolare due giovani donne, mentre diverse altre sono avanzate in ruoli di responsabilità tradizionalmente gestiti da uomini. Inoltre, nei primi mesi del 2007, è stata affidata per la prima volta ad una donna una filiale importante sulla piazza di Roma.

### Categorie Protette

Categorie protette		
2004	2005	2006
45	44	42

Il 9,41% dell'organico è costituito da personale appartenente alle categorie protette.

### Rapporti con le Organizzazioni Sindacali

A fine del 2006 ha avuto termine una proficua trattativa con le Organizzazioni Sindacali aziendali finalizzata al rinnovo del Contratto Integrativo Aziendale già scaduto.

Gli incontri si sono svolti in un clima di sereno dialogo ed hanno introdotto alcuni significativi aspetti innovativi/migliorativi:

- aggiornamento e miglioramento dei contenuti del "Progetto Quadri Direttivi" riguardo all'ampliamento ed alla rivalutazione economica dei ruoli chiave;

- revisione dell'importo dei tickets pasto;
- revisione di provvidenze diverse: polizze assicurative diverse, contribuzione aziendale alla previdenza complementare, ecc..

In via di definizione sono invece i nuovi criteri per la corresponsione del Premio aziendale a partire da quello dell'esercizio 2006.

Al di fuori della contrattazione sindacale, il Consiglio di Amministrazione si è impegnato a varare a breve un "sistema incentivante" ed ha provveduto ad un aggiornamento in senso migliorativo delle condizioni economiche previste nel *Regolamento Conti ed Operazioni del Personale*;

## Iniziative aziendali in favore delle Risorse Umane

### Settore previdenziale

Il sistema pensionistico italiano ha subito a partire dagli anni novanta un processo di riforma per contenere la spesa pensionistica, al fine di garantirne la sostenibilità.

La riforma, che ha trovato piena attuazione sul finire del 2006, è incentrata sullo sviluppo del c.d. "secondo pilastro" rappresentato dalla previdenza complementare, per l'erogazione di trattamenti pensionistici complementari del sistema obbligatorio, al fine di assicurare più elevati livelli di copertura previdenziale.

Contributo Banca al Fondo Previdenza		
2004	2005	2006
331.391,78	348.509,34	442.624,00

La Banca Popolare del Lazio si è posta il problema e sta affrontando questa tematica fin dal 1999, anno in cui tutto il personale aderì, usufruendo anche del contributo aziendale, già allora previsto dalla legge, al fondo di previdenza integrativa Arca Previdenza

### Settore assicurativo

Il personale è inoltre assicurato contro gli infortuni che possono accadere durante lo svolgimento delle attività sia professionali che extra-professionali. Sono infine attive altre due polizze assicurative: una polizza Kasco per coloro che sono soggetti a sistematici spostamenti di lavoro con il proprio mezzo e l'altra, una sanitaria, offerta a tutti i dipendenti di qualsiasi inquadramento.

## Attività sulla formazione, valutazione e valorizzazione

Tra le diverse aree di gestione della Banca ve n'è una il cui governo diviene sempre più importante e strategico: è l'area delle Risorse Umane. La crescente competitività nel settore richiede una gestione sempre più attenta di ciò che non impropriamente viene definito patrimonio aziendale. Esse sono l'"anima vivente" della Banca.



Polizze assicurative			
	2004	2005	2006
Polizza Infortuni	48.399,47	52.773,50	54.914,67
Polizza Kasco	16.125,89	22.092,00	28.411,00
Polizza Sanitaria	172.908,84	174.808,50	184.026,00

Realizzano la volontà del management ed instaurano le relazioni con i clienti interpretando correttamente ed efficacemente le direttive e la cultura aziendale; ma al contempo esprimono un *sentiment* di diretta derivazione del clima aziendale, ovvero di quel coacervo di componenti che rispondono al nome di: senso di appartenenza, motivazioni, ambizioni, voglia di realizzare e di partecipare ecc..

Il rispetto degli obiettivi di crescita prevalentemente per linee interne stabiliti nel Piano Strategico 2004-2006, ha richiesto una consistente necessità di risorse, generando contemporaneamente una impegnativa attività sul personale, in termini di reclutamento, selezione ed inserimento dei neo-assunti, corretto dimensionamento degli organici, formazione professionale a tutti i livelli, valutazione e rotazione dei dipendenti, a cui la Banca ha fatto fronte.

Come abbiamo visto, gli obiettivi programmati per il prossimo triennio (2007-2009) confermano ritmi di crescita piuttosto sostenuti; di conseguenza l'area dovrà essere rafforzata da un punto di vista strutturale ed il suo presidio reso ancor più attivo, con interventi studiati e programmati, soprattutto per minimizzare i rischi operativi conseguenti a tale gestione.

Ciò rappresenta un impegno prioritario che la Banca si assume nei confronti del Suo personale dipendente e vale quale proposta di miglioramento della Sua "attività socialmente responsabile" in questo ambito.

Infatti, unitamente agli obiettivi di sviluppo della Rete distributiva, il Piano strategico 2007-2009 si pone altri ambiziosi quanto importanti obiettivi di natura qualitativa, che consistono nel potenziamento del processo di gestione delle Risorse Umane, nella progettazione di un Piano della Formazione e nella introduzione di un sistema di incentivazione per obiettivi. A differenza del sistema retributivo che risulta legato alla struttura aziendale ed al mercato del lavoro, il sistema incentivante si basa sugli strumenti di controllo interno e sulla struttura del reporting interno, premiando il conseguimento di obiettivi aziendali quali-quantitativi, prioritariamente assegnati.

La Banca Popolare del Lazio, che da tempo ha progettato un sistema incentivante, è oggi pronta a collaudarlo nel convincimento che esso, nel rispetto di un principio meritocratico, costituisca un importante strumento per una gestione mirante a valorizzare ed apprezzare la qualità della prestazione lavorativa.

Nel corso del 2006, le iniziative formative hanno riguardato diverse aree: la formazione ha coinvolto 393 dipendenti per un totale di 10.951 ore di cui l'88% in aula, tra corsi interni, presso il Centro Formazione ed esterni, presso istituti formativi diversi; il resto erogato con strumenti multimediali, tramite una specifica area della Intranet aziendale denominata *e-learning*.

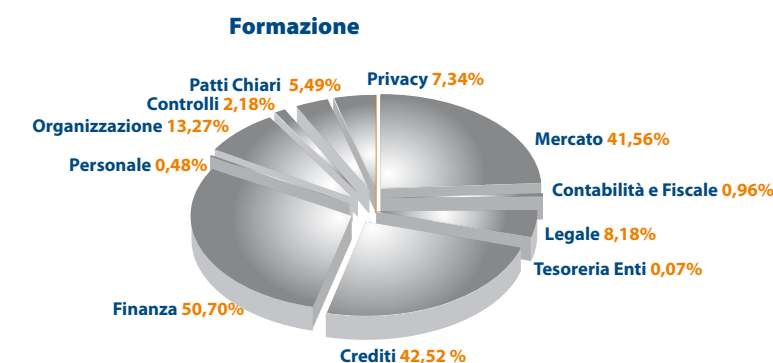
I dipendenti sono stati quindi coinvolti in piani di formazione tecnico/commerciali relativamente al settore del credito ed alla vendita di strumenti finanziari, ritenendo tali attività prioritarie in considerazione della caratterizzazione delle attività e dei rischi operativi ad esse collegate. Particolare attenzione è stata dedicata all'adeguamento formativo in relazione agli indirizzi imposti dalla normativa (privacy, antiriciclaggio, Ias-Ifrs ecc.). Nel corso dell'anno il personale dedicato al settore bancassicurazione è stato interessato in un processo di formazione, realizzato grazie anche al supporto di ArcaVita Spa, al fine di completare i percorsi formativi imposti dalle nuove disposizioni di legge (Regola-

mento ISVAP dell'ottobre 2006).

L'evoluzione della normativa ha suggerito anche una preventiva preparazione dei dipendenti sulla disciplina "forme pensionistiche complementari". Tale attività è stata completata, grazie al supporto di Arca SGR, consentendo alla Banca di poter offrire alle imprese ed ai privati i prodotti e la necessaria assistenza commerciale al fine di valutare le scelte più opportune in termini di previdenza complementare.

L'attività formativa si fonda su un principio di sostenibilità sociale che significa offrire pari opportunità di sviluppo e crescita professionale a tutti i dipendenti.

Lo scopo dell'attività formativa è quello di arricchire continuamente il bagaglio professionale del singolo dipendente, raggiungendo contemporaneamente il duplice obiettivo di coinvolgerlo e motivarlo e di fornire alla banca un risorsa pronta ad assumere incarichi di maggiore responsabilità in qualsiasi momento. La predisposizione di un Piano Formativo, partendo dalla rilevazione dei gap formativi, con l'ausilio



dei capi valutatori, facilita il raggiungimento di questi obiettivi.

### Attività ricreative – Cral BpLazio

Nel corso del 2006 le molteplici attività culturali, ricreative, sportive e turistiche del Cral BpLazio hanno cercato di favorire il desiderio di trascorrere piacevoli momenti di svago tra colleghi, ampliando la reciproca conoscenza e rafforzando lo spirito di appartenenza.

Le adesioni al Circolo, pari al 70% dei dipendenti, avvengono su base volontaria e le quote associative, ammontanti a € 26.684,00, sono state fondamentali per lo sviluppo delle iniziative, tra le quali non è mancata la tradizionale consegna di doni natalizi ai piccoli degenti presso il reparto di pediatria dell'Ospedale di Velletri.

Nello scorso esercizio, è proseguita l'ottimizzazione del sito internet riservato agli iscritti, per permettere ai Soci ed al Direttivo un feedback più diretto: inoltre, è stato dato maggior impulso alle convenzioni stipulate dal Circolo con diversi esercizi commerciali e turistici, per l'acquisto di beni e servizi a condizioni migliorative e sono state previste speciali agevolazioni per le incombenze scolastiche dei figli dei propri associati.

Il settore sportivo ha curato l'annuale torneo di tennis e si è arricchito di una sezione sub.

Come di consueto, è stato particolarmente

seguito il settore turistico, che ha registrato numerosi partecipanti ai viaggi organizzati a Londra ed a Praga; elevato gradimento anche per le iniziative culturali e le visite guidate.

Per i piccoli dei propri iscritti, il Cral BpLazio ha infine promosso svariate iniziative, tra cui la Festa di Natale.

### Attività sulla Prevenzione, Salute e Sicurezza

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.

Nell'ambito dei compiti inerenti alla sicurezza dei lavoratori, la Banca ha proceduto nel corso del 2006 al controllo a tappeto del corretto funzionamento di tutti i sistemi di sicurezza attivi e passivi della Banca, inclusi quelli a presidio dei bancomat.

### Attività di comunicazione

Con la crescita della Banca e dei suoi dipendenti, la comunicazione interna assume un ruolo sempre più importante per la condivisione delle

informazioni. Di fondamentale importanza è la rete informatica che consente ad ogni dipendente di accedere, dalla propria postazione, alla **Intranet aziendale** e di disporre di tutte le informazioni sulla Banca.

Nella sezione documenti della Intranet, sono raccolte tutte le norme ed i regolamenti aziendali. Lo scorso 2005 fu inaugurato il nuovo portale della Intranet, nella quale furono 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. Nel corso del 2006, la Banca ha effettuato una progressiva implementazione della Intranet, provvedendo alla redazione e alla pubblicazione dei principali processi dell'Area Finanza e dello Sportello, che si sono aggiunti ad altri già presenti; nonché alla realizzazione e all'inserimento di nuova modulistica in formato elettronico.

Tale ultima attività, che proseguirà anche nel 2007 e negli anni a venire, ha l'obiettivo di sostituire progressivamente, laddove possibile, la stampa tipografica con modelli elettronici che consentiranno risparmi economici ed aggiornamenti semplificati e costanti della contrattualistica della Banca.

È inoltre disponibile un sistema di **posta elettronica** interna (formale ed informale) ed esterna, tradizionale e certificata. Un importante momento di comunicazione interna è rappre-

sentato dalla **convention** annuale. La convention è un momento di incontro reale tra il formale e l'informale per condividere a tutti i livelli i risultati raggiunti nell'anno appena trascorso e gli obiettivi futuri. Tale incontro favorisce la conoscenza tra colleghi, sviluppa il senso di appartenenza e di aggregazione.



## **I Clienti**

*L'obiettivo perseguito dalla Banca in questo ambito è quello di confermarsi sempre di più quale naturale controparte di famiglie e piccola e media imprenditoria. Questa è infatti l'attività dalla quale la Banca ha tratto il suo successo e il suo futuro ed ancora oggi è quella nella quale è più attrezzata in termini di professionalità, esperienza, conoscenze e competenze.*

## La politica della Raccolta e degli Impieghi

La Banca ha ormai da tempo adottato una strategia multicanale che prevede l'integrazione della rete sportelli con la rete mobile dei promotori, responsabili di relazioni con alcuni segmenti di Clientela. Altresì dal gennaio 2007 la Banca ha attivato un servizio di Private Banking, denominato Personal Financial Division, realizzato per rispondere alle esigenze della Clientela con elevati patrimoni. La suddivisione della Clientela è tra Enti pubblici, Imprese (suddivise in relazione alla dimensione del fatturato in Small Business e Corporate) e Privati (Family, Personal e Private). La crescita complessiva della Clientela negli ultimi due anni (2003-2005) è stata pari all'8,11%, ma tra i due segmenti si è registrata una maggiore crescita delle Imprese (+26,61%) rispetto ai Privati (+5,64%), pur restando la Clientela quasi totalmente costituita dal segmento Family (83.1%).

### La Raccolta

In un scenario economico complesso, la Banca si è disimpegnata con competenza instaurando rapporti di fiducia e rafforzando la sua credibilità nei confronti dei risparmiatori tanto che la raccolta complessiva ha registrato un incremento del 4,18%, considerando quale valore del 2005 quello rettificato secondo i nuovi criteri contabili IAS/IFRS.

RACCOLTA COMPLESSIVA		
	2005	2006
Diretta	1.225.058.690	1.248.586.205
Indiretta	787.293.940	847.965.240
Totale	2.012.352.630	2.096.551.445

Questo risultato, che premia l'intenso lavoro svolto da tutti i dipendenti, è espressione della capacità della Banca di rispondere alle esigenze della Clientela con una valida offerta di prodotti e testimonia il consenso acquisito nella gestione del risparmio e, più in generale, il presidio del territorio di riferimento.

Certamente nel corso del 2006 la Clientela della Banca Popolare del Lazio ha manifestato ancora un atteggiamento prudentiale, continuando ad investire su prodotti con profilo di rischio medio-basso.

Dal lato della raccolta diretta, in relazione ai prodotti offerti nel corso del 2006, hanno avuto luogo 2 emissioni di obbligazioni BpLazio: l'incremento rispetto al 2005 è stato del 5,20%.

Ad ottobre 2006, la Consob ha rilasciato il nulla osta alla pubblicazione del Prospetto Informativo di Base concernente l'offerta pubblica dei programmi dei prestiti obbligazionari Banca Popolare del Lazio. Tale programma prevede quattro strutture di titoli di debito: Obbligazioni a tasso fisso, Obbligazioni a tasso fisso Zero Coupon, Obbligazioni a tasso prefissato Step up, Obbligazioni a tasso variabile. Il Prospetto Informativo di cui sopra contiene le informazioni sulla Banca Popolare del Lazio in qualità di emittente strumenti finanziari, oltre che sulle

caratteristiche e sui rischi dei prodotti finanziari ad esso relativi. Tale prospetto approvato dalla Consob – quale Autorità di Vigilanza nel settore - rappresenta un sorta di “passaporto” europeo che certifica la massima trasparenza sulle obbligazioni BpLazio e sulla Banca.

Su un totale progressivo di 43 emissioni, ad oggi lo stock è costituito da 13 prestiti obbligazionari. Questi prodotti finanziari hanno sempre ricevuto il gradimento della Clientela, essendo stati strutturati in modo diverso in relazione alla tipologia di tasso, andando velocemente ad esaurimento e talvolta anche a riparto. Un riscontro gratificante che dà ragione agli indirizzi gestionali da tempo seguiti.

Tuttavia l'incremento più consistente si è avuto nei pronti/termine (+57.34%), in concomitanza con il rialzo dei tassi di interesse nel medio periodo.

Sempre nel comparto della diretta, il conto corrente con il 70% sul totale, rappresenta ancora la forma di raccolta preferita dalla Clientela, in quanto di facile smobilizzo e comunque legato alla sua funzione di servizio nell'ambito dei sistemi di pagamento.

L'impegno della Banca è stato ed è quindi nel senso di ampliare e razionalizzare la gamma dell'offerta relativa ai conti correnti con lo scopo di proporre prodotti mirati alle esigenze del Cliente. In questa direzione, ha favorito la migrazione dei conti correnti destinati al segmento Privati verso i “conti correnti a pacchetto”: il

ContoEquipe destinato ai lavoratori dipendenti, con circa n. 10.800 rapporti accessi; il ContoPro per i liberi professionisti, che ha anche un portale dedicato contenente le maggiori informazioni sulle novità normative; il Conto TempoDi, nuova versione del conto destinato ai pensionati che offre, con un costo minimo mensile, anche il servizio di custodia e amministrazione titoli ed una rivista; infine il ContoCompilation per il comparto giovani con un portale internet dedicato e specifiche iniziative.

Nel corso dell'anno, in funzione delle nuove norme fiscali, è stata completamente rivista la linea “Contro Pro”, integrandola con funzioni destinate all'operatività on-line per il pagamento delle imposte.

Dal lato della raccolta indiretta si è avuto un incremento globale del 7,71% considerando quale valore 2005 quello rettificato secondo i nuovi criteri contabili IAS/IFRS.

La crescita avvenuta nel 2006, lascia intravedere un timido segnale di ritorno ai mercati da parte dei risparmiatori che, lentamente, tornano ad effettuare investimenti nei mercati finanziari magari meno rischiosi e/o affidati a professionisti, come fondi comuni e gestioni patrimoniali.

Nella sua evoluzione molto ha contribuito l'attenta politica commerciale posta in atto, nell'intento di corrispondere al meglio all'interesse della Clientela.

RACCOLTA INDIRETTA		
	2005	2006
Amministrato	418.815.820	465.648.730
Gestito	368.478.120	382.316.510
Totale	787.293.940	847.965.240

Nonostante una politica commerciale che offre alla Clientela soluzioni verso una gestione “professionale” del risparmio, la crescita della componente amministrata (+11,18%) è stata superiore a quella della gestita (+3,76%); ciò si è verificato principalmente per via dell’atteggiamento prudentiale dei risparmiatori, che hanno ancora privilegiato strumenti meno rischiosi quali titoli di Stato ed obbligazioni ad altre forme di gestione.

Nell’ambito dei servizi del risparmio gestito merita un’evidenza il servizio Gestioni Patrimoniali BPLazio, che ha riscosso particolari consensi da parte della Clientela in conseguenza dei positivi risultati registrati dalle singole linee di gestione.

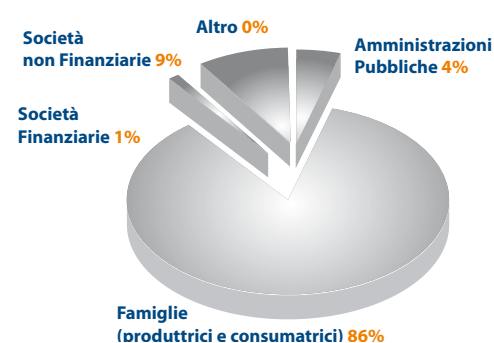
Molto significativo il dato che risulta dall’attività di raccolta nel comparto bancassicurazione che registra un incremento, in termini di produzione, dell’11,47% rispetto al 2005, attestando le masse gestite ad un valore all’incirca pari ad 80 milioni di euro.

Nel corso del 2006 la Banca ha impostato e avviato le attività organizzative richieste dal nuovo Regolamento ISVAP, emanato nell’ottobre scorso, che ha istituito il Registro Unico degli Intermediari assicurativi e stabilito nuovi requi-

siti per lo svolgimento di tale attività. La Banca è già iscritta al detto Registro ed è in linea con quanto richiesto in termini di professionalità e trasparenza dall’Organo di Vigilanza preposto.

Dall’analisi della composizione della raccolta totale emerge che sono sempre le famiglie la

#### Composizione della raccolta per Settore di Clientela



categoria economica più rappresentativa, che da sola è pari a circa l’86% del totale.

#### Gli Impieghi

In un contesto di mercato molto concorrenziale e con una situazione congiunturale ancora incerta, nel 2006 si è avuto un incremento delle masse del 6,34%. La politica creditizia seguita nel 2006 è stata orientata ad offrire elevati livelli di assistenza qualitativa e quantitativa al tessuto economico di riferimento, mantenendo costante il presidio dei livelli di rischio.

I risultati conseguiti dimostrano la capacità di instaurare un rapporto professionale, trasparente e responsabile nei confronti degli operatori

economici locali, quale presupposto indispensabile sia per una corretta allocazione delle risorse che per il soddisfacimento delle sempre più specifiche esigenze della Clientela, tradizionalmente rappresentata da famiglie e piccole e medie imprese.

IMPIEGHI	
2005	2006
875.630.505	931.110.193

La crescita è stata sostenuta da un lato dall’elevata propensione delle famiglie a contrarre mutui ipotecari - per effetto del permanere della fase espansiva del mercato immobiliare - unitamente allo sviluppo del credito al consumo, dall’altro da una lieve ripresa degli investimenti da parte delle imprese in alcuni settori.

In tale direzione, al fine di soddisfare di più e meglio la sua Clientela, la Banca ha ampliato la gamma delle tipologie di finanziamenti idonei.

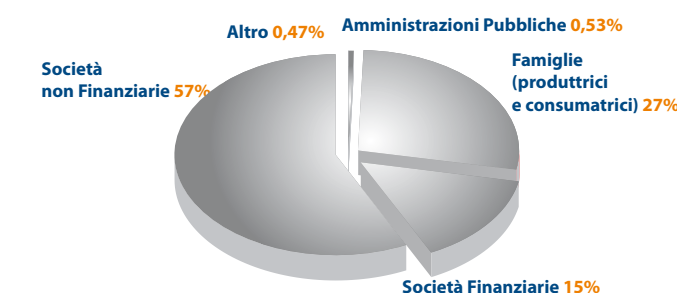
Nei confronti delle imprese, i prodotti negli specifici comparti del leasing, del factoring e dei finanziamenti a medio-lungo termine di più rilevante complessità tecnico-economica, hanno visto la Banca affiancata dal suo partner Banca Italease, con ottimi risultati.

Nella gamma dei prodotti indirizzati alle famiglie, l’offerta si è articolata verso due tipologie di prodotto: erogazioni destinate a finanziare l’acquisto dell’abitazione e di altri beni immobiliari, prestiti personali/crediti al consumo. La prima è stata prevalentemente incentrata sui

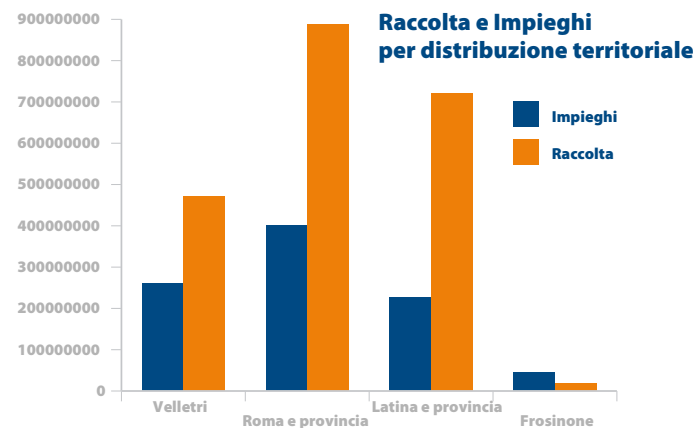
mutui di lunga durata, con ammortamento fino ad un massimo di 40 anni, con il supporto di operatori specializzati quali Banca Woolwich e Banca per la Casa.

L’attività di erogazione di crediti al segmento “retail” ha fatto rilevare tassi di crescita ben oltre la media di settore, grazie al consolidamento dell’offerta del prodotto “PRESTO”, il prestito personale realizzato da LINEA Spa: nel 2006 sono state perfezionate 579 operazioni per circa 5,7 milioni di euro erogati (nel 2005 erogati 1,5 milioni), conseguendo anche un miglioramento in termini operativi, grazie al trasferimento dell’intero processo, dall’offerta all’erogazione, dalla segreteria fidi agli operatori di sportello. Negli ultimi mesi dell’anno inoltre è stata avviata l’offerta di finanziamenti contro “cessione del V dello stipendio”.

#### Impieghi per Settore di Clientela



L’analisi della distribuzione per settori di attività economica, dimostra come il profilo retail della Banca rappresenti l’attività tradizionale e sia al



tempo stesso l'espressione del tessuto economico del territorio di radicamento della Banca. La Banca si evidenzia soprattutto per il supporto al commercio (15,88%), all'edilizia (17,95%), all'industria (14,26%) ed ai servizi (14,19%) anche se la maggior parte dei fondi raccolti (32,41%) finanzia le esigenze delle famiglie.

Nel corso del 2006 l'incremento più consistente degli impieghi è derivato dai finanziamenti al settore edile (+15,19%), agricolo (+12,14%), industriale (+13,67%) e servizi (+14,56%). L'analisi della distribuzione territoriale della raccolta e degli impieghi conferma, anche per il 2006, la volontà della Banca di svolgere una importante azione di sostegno all'economia locale, investendo denaro negli stessi territori ove lo raccoglie e realizzando pertanto la tradizionale azione di trasferimento delle risorse economiche tra i soggetti economici dello stesso ambito territoriale.

### Attività "socialmente responsabili" per la Clientela

#### PattiChiari

La Banca Popolare del Lazio ha scelto di partecipare al progetto PattiChiari per migliorare la relazione con il Cliente, consentendo allo stesso di fruire in maniera consapevole dei prodotti e servizi perché offerti a condizioni negoziali chiare e trasparenti.

Il Progetto promosso dall'ABI a partire dal 2003, si è posto l'obiettivo di offrire alla Clientela dei semplici strumenti che hanno la funzione di facilitarlo nella comprensione e nella comparabilità delle condizioni economiche del prodotto/servizio. Ciò in un'ottica di rafforzamento della fiducia del Cliente che si genera appunto quando il rapporto è basato sulla trasparenza e sulla chiarezza.

La Banca Popolare del Lazio ha aderito per il momento alle seguenti iniziative:

#### Area Servizi

- F.A.R.O. che consente di trovare il Bancomat più vicino, gratuitamente, semplicemente collegandosi al sito Internet [www.pattichiari.it](http://www.pattichiari.it) o a quello della Banca [www.bplazio.it](http://www.bplazio.it) oppure telefonando ad un numero verde.

*Tre sono le aree intorno alle quali si sviluppano le iniziative di Patti Chiari:*

**Risparmio:** *Obbligazioni a basso rischio-rendimento - Informazioni chiare su obbligazioni bancarie strutturate e subordinate.*

**Credito:** *Criteri di valutazione della capacità di credito - Tempi medi di risposta sul credito alla PMI.*

**Servizi:** *Faro - Conti correnti a confronto - Servizio bancario di base - Tempi certi di disponibilità delle somme versate con assegno.*

- "Tempi certi di disponibilità delle somme versate con assegni" per assicurare con chiarezza la conoscenza dei tempi adottati dalle singole banche aderenti ed agevolarne la comparabilità. La Guida pratica "Tempi certi di disponibilità delle somme versate con assegno" costituisce lo strumento di diffusione ed informazione dell'iniziativa

nei confronti della Clientela ed È messo a disposizione del pubblico.

#### Area risparmio

- "Obbligazioni a 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.

Strumenti utili come l'"**Elenco delle Obbligazioni a basso rischio-rendimento**", unico per tutto il sistema bancario e costantemente aggiornato, attraverso il quale l'investitore può reperire tutti quei titoli che oltre che essere emessi da soggetti affidabili, risultano, secondo criteri oggettivi, essere a basso rischio di perdita e a basso rendimento.

Altro strumento messo a disposizione dei risparmiatori è la "**Guida pratica obbligazioni basso rischio/rendimento**", reperibile in versione cartacea presso tutti i nostri sportelli, in cui viene spiegato in modo chiaro e comprensibile il funzionamento dei titoli a basso rischio-rendimento.

#### Area credito

- "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 Guida pratica ai “**Criteria generali di valutazione della capacità di credito delle PMI**”, rappresenta al tempo stesso una guida preziosa all'autodiagnosi della situazione aziendale, che aiuta l'imprenditore a valutare la compatibilità economico-finanziaria delle proprie scelte. La Guida pratica È uno strumento messo a disposizione delle PMI, reperibile in versione cartacea, presso tutti i nostri sportelli.

A fronte di ciascuna iniziativa la Banca può chiedere ad organismi esterni e indipendenti, un controllo sulla corretta esecuzione delle attività; successivamente, un Comitato emette una Certificazione ed attribuisce il marchio PattiChiari. Solo le banche che hanno ottenuto la certificazione possono esporre il Certificato del Marchio “PattiChiari”.



In seguito, attraverso controlli periodici a scadenze programmate, viene verificato che la Banca applichi correttamente e in modo continuo, i requisiti delle iniziative per le quali ha ottenuto la certificazione. A fine 2005 la Banca aveva ottenuto la Certificazione del Marchio Patti Chiari

in riferimento alla iniziativa “Criteria Generali di Valutazione della Capacità di Credito delle PMI” ed aveva concluso l'iter per la certificazione del secondo progetto “Obbligazioni Basso Rischio/ Basso Rendimento”.

Nel corso del 2006 è proseguita l'attività della Banca, tendente ad ampliare l'area delle iniziative PattiChiari:

- gennaio 2006 ha ottenuto la Certificazione dell'iniziativa “Obbligazioni Basso Rischio Basso Rendimento”;
- a settembre 2006 ha aderito all'iniziativa “Tempi certi di disponibilità delle somme versate con assegni” - Certificazione prevista a giugno 2007;
- entro aprile 2007, predisposizione all'adesione ad una nuova iniziativa denominata “Cambio Conto” articolata in tre sub-iniziative:
  - elenco servizi agganciati al conto corrente;
  - trasferimento automatico delle domiciliazioni;
  - monitoraggio tempi aziendali di chiusura conto - attivazione entro il 15 luglio 2007.
- entro giugno 2007, pianificazione dell'attività di controllo delle iniziative

già certificate da parte dell'Ente Certificatore.

Nell'ottica di miglioramento della “gestione socialmente responsabile” nei riguardi della Clientela, la Banca ha attribuito grande importanza al Progetto PattiChiari, tanto che ha coinvolto tutto il personale in corsi di formazione ed ha avviato un attività di comunicazione verso la stessa con l'obiettivo di accrescere il livello di conoscenza del progetto e della sua utilità.

In particolare, rileviamo come l'iniziativa “Criteria Generali di Valutazione della Capacità di Credito delle PMI” risulta in linea con le attività, per il momento solo interne, intraprese dalla Banca per avvicinarsi a “Basilea 2”. Il nuovo accordo di Basilea sul patrimonio delle banche, che entrerà in vigore per fasi successive, a partire dal 2007, si tradurrà in nuove regole ed anche in un diverso approccio alla gestione del rischio di credito, quindi in una diversa relazione tra banca ed impresa. In quest'ottica, l'iniziativa PattiChiari rappresenta una prima piattaforma informativa verso la Clientela anche al fine di avviarla alla comprensione della trasformazione in atto nel mondo del credito e quindi, eventualmente, crearle delle opportunità di adeguamento.

#### La gestione dei reclami

La Banca indirizza i suoi dipendenti ad operare con trasparenza e chiarezza nei confronti della Clientela, mantenendo un comportamento sem-

pre teso a spiegare le ragioni del proprio operato e le decisioni assunte.

L'analisi del reclamo e della tipologia prevalente è per la Banca un momento di ascolto della Clientela che le consente di monitorare il grado di soddisfazione della stessa, analizzando eventuali criticità del servizio e impostando di conseguenza le azioni correttive.

RECLAMI PER TIPOLOGIA		
	2006	2005
Conti Correnti e Depositi a Risparmio	15	11
Titoli (custodia e Intermediazione)	17	19
Fondi Comuni	2	0
Gestioni Patrimoniali Mobiliari	0	0
Altri Prodotti d'Investimento	0	0
Aperture di credito	2	1
Crediti al consumo a Prestiti Personali	1	3
Mutui Casa	0	0
Crediti Speciali	0	1
Altre forme di finanziamento	0	4
Bonifici	0	0
Stipendi e Pensioni	0	0
Carte di Credito	0	1
Bancomat	9	5
Pago Bancomat	1	2
Assegni	0	0
Effetti Riba	0	2
Altri servizi d'incasso/ Pagamento	1	0
Polizze assicurazioni danni	0	0
Polizze assicurazioni Vita	0	1
Altro	1	8
Aspetti generali	2	4
<b>TOTALE</b>	<b>51</b>	<b>62</b>

I reclami sono gestiti da un apposito ufficio che, dato corso ad un'istruttoria interna, predispone in tempi il più possibile celeri e, comunque non oltre 60 giorni per quelli di natura creditizia e 90 per quelli di natura finanziaria, una lettera di risposta, accettando o respingendo, con le opportune motivazioni, il reclamo stesso. Dall'analisi dei reclami 2006 emerge che sono pervenuti alla Banca 51 reclami così ordinati: 36 per questioni economicamente non quantificabili e 15 per controversie di tipo economico, di cui 12 risolti in favore del Cliente. Tra i 17 reclami di natura finanziaria (connessi all'attività di prestazione di servizi d'investimento alla Clientela) l'80% 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 all'iniziativa e, pertanto, recepisce tutte le indicazioni provenienti dall'ABI circa le possibili soluzioni della questione.

Nei primi mesi dello scorso anno la Repubblica Argentina ha lanciato un Offerta Pubblica di Scambio, ma diversi risparmiatori hanno preferito non aderirvi, avendo ritenuto eccessivamente penalizzanti i termini della stessa. Sempre nel corso del 2006, la TFA ha provveduto ad effettuare un ricorso internazionale all'Icsid (International Centre for the Settlement of Inve-

stment Disputes) per ottenere il rimborso totale dei prestiti e, contestualmente interrompere i termini di prescrizione, preservando e tutelando i diritti dei sottoscrittori nei confronti del Paese sudamericano.

#### **Sviluppo canali di vendita**

L'approccio multicanale realizzato attraverso la rete tradizionale delle filiali, la rete dei promotori finanziari ed internet, continua a riscontrare i giusti apprezzamenti dalla Clientela offrendo la possibilità di utilizzo dei servizi bancari praticamente 24 ore su 24, nella modalità più rispondente alle esigenze del Cliente.

È continuato nel corso dell'anno l'analisi e lo studio per l'individuazione di nuovi territori di sviluppo e nuovi settori di business. In questa ottica di sviluppo sono state aperte nuove unità operative a Roma, Monterotondo, Sora, Fiumicino e Pomezia (2007) ed è stato inaugurato il nuovo servizio "Private Banking – Personal Financial Division", una struttura all'avanguardia con professionisti dedicati per poter garantire alla Clientela con importanti patrimoni un'assistenza riservata ed esclusiva.

**Private Banking Banca Popolare del Lazio** è un percorso dedicato, garanzia di assoluta riservatezza e affidabilità, per favorire una relazione esclusiva con la Clientela a cui offrire soluzioni finanziarie, assicurative e previdenziali.

Per il momento sono due i punti operativi con il marchio Personal Financial Division, uno

presso la Sede di Velletri e l'altro nei locali sovrastanti l'agenzia 9 di Roma. In questi ambienti dedicati ed esclusivi, i private banker sono a disposizione della Clientela con la quale intendono instaurare un rapporto estremamente professionale e al tempo stesso confidenziale che permetterà di valutare tutti gli strumenti finanziari per valorizzare al meglio i patrimoni, cogliendo le migliori opportunità offerte dai mercati.

Una gamma di prodotti diversificata, selezionata tra le più importanti case d'investimento mondiali. Un dialogo continuo e una reportistica puntuale, per verificare in ogni momento l'andamento della posizione e le strategie concordate, sono i tratti distintivi.

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.

In riferimento a BPLazio-online, osserviamo che a fine 2006, risultavano accessi n. 16.756 contratti per servizi telematici di cui:

n. 15.100 per i servizi Internet Banking rivolti alla Clientela retail;

n. 1.656 per i servizi Home Bankink/Corporate Banking rivolti alle aziende.

Presso gli esercizi commerciali al 31/12/2006 risultavano installati n. 2.148 POS.

Sul fronte Bancomat e Casse Continue, si evidenzia che nel corso del 2006, in considerazione della particolare affluenza di utenti, si è proceduto all'istallazione di una seconda postazione ATM esterna in prossimità della Sede Centrale in Via dei Martiri delle Fosse Ardeatine in Velletri e di una seconda Cassa Continua di grandi dimensioni presso l'Outlet Fashion District di Valmontone.

Nell'ambito delle attività di comunicazione con la Clientela, la Banca ha inoltre realizzato un proprio sito internet [www.bplazio.it](http://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 (Centro di Tecnologie Informatiche e Finanziarie) dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, ha prodotto rapporti di valutazione sulla c.d. "usability" dei siti che, in altre parole, sintetizza la capacità di attrarre, comunicare e fidelizzare i visitatori (metodologia WoW! - Welcom on the Web!). Allo scopo viene utilizzato un metodo di valutazione scientifico che analizza tutte le azioni compiute da un utente impegnato nella ricerca di un particolare sito internet e nella navigazione all'interno dello stesso.

L'analisi al 31/12/2006 sul sito colloca la Banca Popolare in posizione ottimale rispetto a



tutti i parametri prescelti. Il Sito è stato realizzato anche in una versione facilmente fruibile dai navigatori internet diversamente abili - ipovedenti o soggetti 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](http://www.bplazio.it) ed alle sue funzionalità operative, ha fatto rilevare nel corso dell'anno 2006 n. 576.173 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.

#### **Privacy e Sicurezza**

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 le opportune attività di auditing per la verifica dell'affidabilità

e sicurezza dei trattamenti da questi effettuati.

Nell'anno 2006 è stato effettuato l'aggiornamento annuale del documento programmatico sulla sicurezza prescritto dal D.Lgs 196/2003, denominato "Codice in materia di protezione dei dati personali".

L'aggiornamento è legato, in buona parte, al piano di attuazione delle misure di prevenzione e riduzione del rischio a fronte degli eventi contemplati nel piano di continuità operativa, con particolare riferimento alle politiche adottate e da adottare per le copie di sicurezza e alle correlate misure organizzative e tecniche idonee al ripristino dei sistemi informatici attraverso i quali vengono erogati i servizi. Il documento programmatico sulla sicurezza aggiornato, comprensivo degli allegati, è conservato presso l'ufficio Organizzazione. Allo scopo di consentire ai dipendenti - ciascuno di essi "incaricato del trattamento" - di svolgere con consapevolezza e responsabilità il proprio lavoro, la Banca ha proseguito con le attività 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".

Sul fronte delle carte plastiche e in relazione al possibile uso fraudolento delle stesse, nel corso del 2006 la Banca ha completato la sostituzione dei terminali POS di vecchio tipo a rischio frode con quelli di ultima generazione, tecnologicamente avanzati secondo lo standard EMV (Euro-

pay-MasterCard-Visa), le cui specifiche tecniche consentono di operare con maggiore sicurezza.

È stata inoltre impostata l'azione di migrazione/sostituzione delle carte con quelle dotate di Microchip e quella di aggiornamento del parco ATM in conformità al progetto Microcircuito; entrambe saranno completate entro il 2007.

Al fine di tutelare maggiormente la Clientela che utilizza il prodotto Internet Banking dal c.d. rischio di phishing (ovvero di cattura dei codici dispositivi e quindi di possibile uso fraudolento), la Banca, dopo aver posto grande attenzione all'informativa alla Clientela - divulgando al massimo le modalità per una navigazione sicura in internet - ha deciso di dotare la stessa di un generatore elettronico di chiavi che consente l'assegnazione di "codici radom dispositivi"; lo scopo di questi ultimi è quello di rendere non riutilizzabile la password dispositiva del titolare, comunque già protetta da sistemi di crittografia certificati. L'attività in discorso sarà completata presumibilmente entro il 2007.



## La Collettività

*Se per un'azienda qualunque promuovere e sostenere specifiche iniziative socio-culturali rappresenta una decisione, comunque lodevole e meritoria, sostenuta anche dal desiderio di qualificare la propria immagine, per la Banca Popolare del Lazio non si tratta solo di una libera scelta, ma di un percorso verso cui viene guidata dalla natura e dall'origine di popolare cooperativa. La Banca Popolare del Lazio sa di avere un sistema di valori più ampio della semplice ricerca del profitto e che un vero e proprio punto di forza risiede nel coinvolgimento nelle molteplici iniziative culturali, sportive, religiose, ma anche di beneficenza, promosse da Enti locali e associazioni diverse per finalità che sul territorio operano.*

*Per questo operare, spesso "silenzioso", la Banca non cerca riconoscimenti plateali né medaglie; il riconoscimento vero è quello di essere considerata dalla Comunità parte attiva del territorio e della sua crescita socio-culturale.*

### 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 € 433.630,00, derivanti sia dall'utilizzo del Fondo di Beneficenza che da interventi pubblicitari e sponsorizzazioni, che nel 2006 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 e sanità
- restauri e ristrutturazioni
- sport

Nel settore delle **iniziative di assistenza e beneficenza**, la Banca ha dato il suo contributo a diverse associazioni per un ammontare complessivo di 37.450,00 euro.

A titolo non esaustivo, tra di esse la *Onlus Assohandicap* di Marino (Associazione per la riabilitazione ed il recupero dei portatori di Handicap), associazione costituita dai genitori dei ragazzi portatori di handicap che opera da oltre venti anni e raccoglie più di 200 famiglie, con lo scopo di promuovere tutte le possibili iniziative idonee a fronteggiare le croniche carenze di strutture e di servizi - sia di tipo riabilitativo che pedagogico - nonché l'inserimento nel mondo del lavoro. Numerosi sino ad oggi le iniziative intraprese e realizzate. In questo ultimo anno gli aiuti economici sono stati rivolti alla realizzazione della "Casa Famiglia" nell'ambito del Progetto "Dopo di Noi"; praticamente una casa residenziale nella quale i ragazzi (inizialmente una quarantina circa) potranno trovare rifugio, conforto e assistenza quando non potranno più contare sulla presenza dei loro genitori.

Non manca il contributo anche alla *Associazione A.L.F.A.D.* (Associazione Libera Fanciulli Adulti Disabili) ed al *Gruppo NADJA*, come pure alle varie Sezioni cittadine dell'*AVIS* e della *Croce Rossa*.

Sempre in questo ambito, il sostegno al *Centro Di Spiritualità Giovanni Paolo II del-*

*l'Associazione Nomadelfia*, fondata alla fine della guerra nel 1948 da Don Zeno Saltini la cui attività, svolta da “mamme di vocazione” consiste nell'accogliere i “figli dell'abbandono”, senza né casa né lavoro.

Infine la Banca, che già in altre precedenti occasioni non aveva negato la sua contribuzione alle strutture ospedaliere, ha rivolto ancora il suo aiuto al *Reparto di Pediatria dell'Ospedale di Velletri* per favorire la degenza e le cure dei piccoli ospiti dello stesso, nonché al *Reparto di Ostetricia e Ginecologia*.

Nell'ambito delle **iniziative destinate a favorire e sostenere i progetti a carattere culturale**, come mostre, convegni e manifestazioni in genere, la Banca ha contribuito per complessivi 109.340,00 euro.

Una importante manifestazione volta a commemorare ed approfondire la personalità e l'opera del Cardinale Stefano Borgia, che ha legato una parte della sua vita alla città di Velletri, è organizzata ormai da alcuni anni dal *Centro Internazionale di Studi Borgiani* per l'assegnazione del Premio Europeo Borgia, giunto ormai alla sua IV edizione. Il Premio 2006 è stato conferito al Prof. Di Segni, rabbino capo di Roma, per la ripresa del dialogo ebraico-islamico.

Tra le varie e numerose partecipazioni, si evidenzia quella relativa alla mostra antologica del noto pittore scomparso da alcuni

anni, *Giulio Aristide Sartorio* svoltasi nella primavera scorsa presso il Chiostro del Bramante a Roma, nella quale sono state esposte delle importanti opere realizzate sul fine dell'800 e restaurate con il contributo della Banca.

La Banca ha inoltre deciso di partecipare ad un importante progetto per la catalogazione informatica del *Fondo Antico della Biblioteca di Velletri* per cui, con la ormai prossima chiusura dei lavori di consolidamento e ristrutturazione dello storico Palazzo Cinelli, troverà sistemazione l'archivio storico del Comune e l'archivio storico notarile. Il progetto, che è riuscito a reperire i fondi economici necessari con la partecipazione professionale del Consorzio Bibliotecario dei Castelli Romani, dovrebbe trovare avvio nel corso del 2007.

Riguardo al sostegno alle **iniziative religiose ed alle Parrocchie**, numerosissime sono state le manifestazioni ed i progetti di mantenimento e restauro delle strutture partecipati dalla Banca, per un totale di 92.100,00 euro.

Un importante contributo è stato concesso per i lavori di consolidamento strutturale e per il restauro di diverse parti della storica *Cattedrale di San Clemente* di Velletri. Della stessa specie l'intervento in favore della *Parrocchia di Santa Lucia* di Velletri per il completamento del campanile crollato

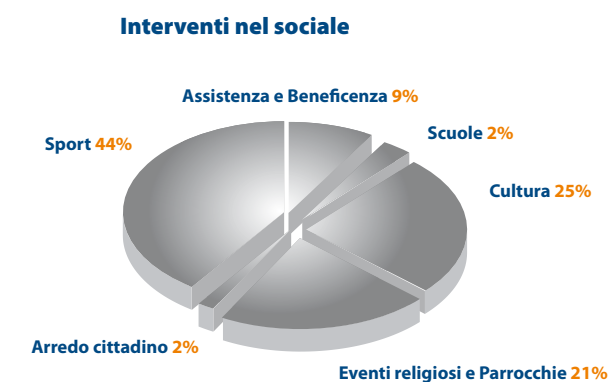
ormai da decenni. La Banca ha confermato anche per il 2006 il contributo alla *Fondazione Centesimus Annus Pro Pontifice*. La Fondazione, di religione e di culto, ha le finalità di promuovere fra persone qualificate per il loro impegno imprenditoriale e professionale nella società la conoscenza della dottrina sociale cristiana e l'informazione circa l'attività della Santa Sede; favorire iniziative per sviluppare la presenza e l'opera della Chiesa Cattolica nei vari ambiti della società e di promuovere la raccolta di fondi per il sostegno dell'attività della Sede Apostolica.

Non mancano inoltre, come tutti gli anni, i contributi alle maggiori iniziative e festeggiamenti religiosi dei paesi limitrofi, a cui la Banca partecipa sempre con l'intenzione di catalizzare i valori religiosi e anche sociali della cittadinanza.

Nell'ambito degli **interventi dedicati allo sport** che è la principale attività della parte giovane della popolazione, ma anche dei meno giovani, la Banca ha contribuito e sponsorizzato una molteplicità di associazioni sportive sparse su tutto il territorio in cui essa opera. La somma ammonta a 183.670,00 euro. L'obiettivo è quello di favorire, nel nome dello sport, l'aggregazione giovanile e quindi di avvicinare allo sport quanti più ragazzi possibile.

Tra le Associazioni più importanti, ormai per il settimo anno consecutivo, la Banca ha assicurato il suo sostegno alla squadra di pallavolo Latina Top Volley, che gareggia nel campionato di Serie A1.

Non è mancato il sostegno alle **scuole** ed ai numerosi progetti scolastici ai quali sono stati assicurati fondi per 12.690,00 euro.





## **Lo Stato e le Istituzioni**

*In questo ambito l'obiettivo della Banca consiste nel fornire allo Stato, agli Enti Locali ed a tutte le altre Istituzioni pubbliche di diretta emanazione dello Stato, la collaborazione necessaria per favorire il rispetto delle leggi e, al contempo, rendersi utile anello di collegamento tra i cittadini e le Istituzioni nell'adempimento della attività richieste. L'azione della Banca è improntata alla implementazione della cultura della legalità, intesa come rispetto della Persona e della Collettività di cui essa fa parte e si traduce nella scrupolosa osservanza delle norme di legge e di Sistema. Nel rispetto di tale obiettivo, 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 corrisposti per l'anno 2006 ammonta 16.901.668 euro e rappresenta il 27,53% del valore aggiunto globale lordo, così ripartiti:

IMPOSTE INDIRETTE 2006	
ICI	67.451
ALTRE IMPOSTE COMUNALI	168.974
IMPOSTA SOSTITUTIVA CREDITI	449.980
IMPOSTE REGISTRO BOLLI BORSA	3.230.141
TOTALE	3.916.546

IMPOSTE DIRETTE	2006
IRES	9.062.042
IRAP	3.923.080
TOTALE	12.985.122

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 e di cassa

Con i servizi di tesoreria e di cassa la Banca si propone come partner dell'Ente Pubblico per

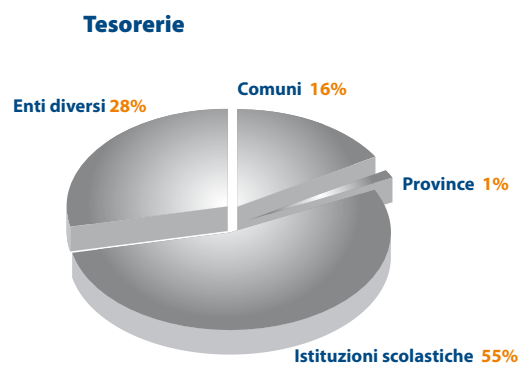
fronteggiare le esigenze economiche e finanziarie legate ai piani pubblici di sviluppo del territorio. Nel tempo, la Banca ha instaurato e sviluppato validi rapporti di collaborazione, con soddisfazione dell'Ente, della Banca stessa, ma anche dei soggetti terzi, a quali spesso si rivolge il servizio.

Nel corso del 2006 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), gli ATER (Azienda Territoriale Edilizia Residenziale Pubblica) delle Province di Roma e Latina, 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 1.044.341,00 e n.97.859 documenti lavorati tra mandati e reversali.

## Servizio Riscossione tributi

La Banca svolge anche un importante ruolo operativo a servizio dello Stato in relazione all'attività di riscossione dei tributi e contributi.

Nell'anno 2006 sono stati riscossi dalla Banca e riversati allo Stato ed agli altri Enti euro 407.620.000,00 corrispondenti a n.209.862 operazioni di pagamento di modelli F23 e F24; sono state inoltre effettuate n.28.370 operazioni relative al pagamento di pensioni per euro 128.550.000,00. La Banca svolge anche il servi-



zio di incasso delle bollette idriche emesse dall'Azienda Speciale del Comune di Velletri, registrando un numero consistente di fruitori del servizio.

Seguendo l'evoluzione normativa in materia fiscale ed al fine di offrire un servizio di riscossione sempre più efficace ed efficiente alle necessità dei Clienti /Contribuenti, la Banca ha reso operativo il servizio di pagamento on line dei modelli F24.

L'esecuzione via telematica ha fatto registrare, solo nell'ultimo trimestre, complessive 56.769 operazioni di pagamento, di cui 3.155 nella modalità CBI/Web (Internet Banking e Corporate Banking) e 8.775 come Fisco On Line.

Sempre in materia fiscale, la Banca ha offerto ai propri Clienti/contribuenti, anche nel 2006, il servizio di ricezione delle dichiarazioni fiscali. Le dichiarazioni complessivamente accolte nell'anno 2006 sono state 4.299.

## 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'Anti-trust, all'Isvap, ecc., sono improntati al massimo rispetto delle norme e alla massima collaborazione nello svolgimento delle attività ispettive e di controllo.

La Banca si adopera quindi nel trasmettere tempestivamente tutte le informazioni richieste dalle stesse Autorità, nonché nell'organizzare le procedure necessarie per essere in linea con tale attività. Per quanto riguarda 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.

Nell'ambito delle indagini finanziarie e fiscali sui contribuenti, nel corso del 2006, l'Agenzia delle Entrate ha avviato un nuovo sistema di riscontro bancario delle informazioni ricevute dai contribuenti, che prevede l'utilizzo di una casella di Posta Elettronica Certificata, attraverso la quale trasmettere all'Agenzia quanto dalla stessa richiesto, su supporto firmato digitalmente.

La Banca si è adeguata rapidamente alla nuova regolamentazione, ancora in via di evoluzione, con un'ideale struttura organizzativa.

## 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 frangenti 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.

L'Organismo di Vigilanza nel corso del 2006 ha posto particolare attenzione al completamento delle attività pianificate per una completa adozione del modello organizzativo.

In particolare, nell'anno in corso, è stato introdotto un sistema disciplinare e sanzionatorio,

approvato dal Consiglio di Amministrazione con delibera del 28 marzo 2006.

In tema di formazione sono state avviate iniziative rivolte a tutto il personale al fine di divulgare le disposizioni del decreto legislativo 231 e la conoscenza del modello all'interno della Banca. Nei primi mesi dell'anno è stato introdotto un sistema di facoltà e limiti operativi nell'ambito del processo della finanza.

L'Organismo di Vigilanza ha poi, come di consueto, esaminato i risultati emersi dalle attività di controllo svolte dalla funzione di revisione interna sui seguenti processi: Gestione della Tesoreria Enti, Gestione del Credito e Servizi di Investimento prestati alla Clientela. Sono state inoltre avviate nel corso dell'anno le attività per l'aggiornamento del modello, resosi necessario da modifiche del decreto 231, nonché le attività per la definizione di specifici protocolli volti a rendere documentate e verificabili le fasi decisionali nell'ambito dei processi aziendali "sensibili" e per la previsione di flussi informativi periodici.

Tale attività è stata avviata in quanto la Banca ha in corso una organica rivisitazione dei processi aziendali e l'Organismo di Vigilanza ha ritenuto opportuno, anche in questa fase transitoria e sino al completamento della stessa, che siano garantiti l'esistenza di opportuni presidi organizzativi e di monitoraggio finalizzati a dare efficacia al modello di prevenzione dei reati adottato.



## **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, privilegia 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.

Nel corso dell'anno la Banca ha rafforzato, razionalizzandoli ove possibile, i rapporti con i Fornitori che hanno dato prova di efficienza e qualità; nuovi rapporti sono stati accesi conseguentemente all'espansione sul territorio per l'apertura di nuove filiali e, quindi, alla necessità di reperire talune forniture di beni e servizi.

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. Il rispetto di queste semplici regole ha consentito di instaurare un processo virtuoso che costituirà il tracciato della condotta aziendale anche per il futuro.

## Outsourcing e consulenze

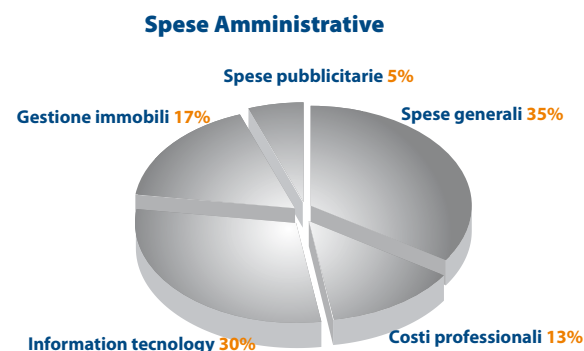
La Banca, dopo aver svolto un'analisi costi/benefici, ha esternalizzato tutte quelle attività che non costituiscono il core business della sua attività.

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 2006 si è conclusa anche l'esternalizzazione del servizio archivio economato, che ha comportato una notevole razionalizzazione organizzativa relativamente alla fornitura di cancelleria e stampati.

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, che ha fornito la sua collaborazione alle Aree Pianificazione & Controllo e Mercato per la realizzazione del Piano Strategico 2007-2009; la Kpmg, per

la revisione contabile e la revisione del bilancio d'esercizio; la CSE Consulting Srl, per la redazione del Piano di Business Continuity ed la società CoBaCo relativamente al supporto professionale sui nuovi criteri contabili internazionali (IAS/IFRS), che hanno determinato la formazione del bilancio d'esercizio 2006.



Nell'anno 2006, la Banca ha intrattenuto rapporti con n. 2.534 Fornitori e le spese amministrative contabilizzate nel conto economico sono state pari ad euro 18.898.582,00 (+7,53% rispetto al 2005), alle quali devono aggiungersi le forniture relative agli oneri pluriennali (immobilizzazioni materiali e immateriali).



### **Il sistema di rilevazione**

*Descrive il metodo utilizzato per rilevare le aspettative ed il consenso degli stakeholders sul comportamento della Banca nei loro confronti.*

### Obiettivo "Ascolto"

L'obiettivo della Banca sul tema della Gestione della Responsabilità Sociale, è realizzare un sistema di comunicazione e di dialogo che coinvolga tutti i suoi interlocutori.

Attraverso un dialogo "allargato" e trasparente, ciascuna categoria di *stakeholders* può conoscere e comprendere tutte le componenti in gioco nella conduzione di un'impresa che si definisca socialmente responsabile e far sì che relazioni diverse, con *stakeholders* portatori di valori diversi, trovino un perfetto bilanciamento di tra loro, nella superiore salvaguardia del bene comune, cioè della Banca.

In coerenza con questa finalità è stato inserito, sia nel fascicolo del Bilancio Sociale 2006, che nel sito Internet della Banca [www.bplazio.it](http://www.bplazio.it), un questionario di valutazione per raccogliere le opinioni degli *stakeholders* e per misurare l'efficacia del processo di comunicazione.

Gentile Lettore,

il Bilancio Sociale rappresenta uno strumento di responsabilità sociale attraverso il quale l'Azienda enuncia i valori che la ispirano nella sua attività d'impresa e, in specie, nella sua relazione con le varie categorie di stakeholders.

Al fine di rendere questo strumento il più possibile aderente alle aspettative degli stakeholders, ovvero allo scopo di verificarne il consenso nei confronti delle attività svolte, è stato predisposto l'allegato questionario.

Pertanto, nell'intento di prendere in considerazione eventuali suggerimenti che Lei vorrà fornire e consentirci di formulare, ove possibile, le nostre proposte di miglioramento, Le chiediamo di dedicare qualche minuto nella compilazione del questionario.

Esso può essere soddisfatto in forma anonima e consegnato presso una qualsiasi delle nostre filiali.

È altresì possibile inviare le risposte tramite il nostro sito Internet accedendo alla sezione "Bilancio Sociale 2006 – Questionario".

La ringraziamo per la Sua preziosa collaborazione e per il tempo che vorrà dedicarci.

Compilare in forma anonima e consegnare presso una qualsiasi filiale della Banca Popolare del Lazio



Quali valori ritiene di assegnare al Bilancio Sociale in termini di qualità e leggibilità?

	Qualità del Bilancio					Comprensibilità del Bilancio				
	Completezza informazioni					Chiarezza grafica ed espositiva				
	1 poco	2	3	4	5 molto	1 poco	2	3	4	5 molto
Identità Aziendale										
Rendiconto										
Relazione Soci										
Relazione Risorse Umane										
Relazione Clienti										
Relazione Collettività										
Relazione Fornitori										
Relazione Enti/Istituzioni										

Quale capitolo del Bilancio sociale la interessa maggiormente?

- Identità Aziendale
- Rendiconto
- Relazione Soci
- Relazione Risorse Umane
- Relazione Clienti
- Relazione Collettività
- Relazione Fornitori
- Relazione Enti/Istituzioni


Come è venuto in possesso/conoscenza del Bilancio Sociale?

- Consegnato in Assemblea
- Sito Internet
- Ricevuto per posta
- Tramite conoscenti
- Motivi di studio
- Per caso


Come giudica l'impegno della Banca verso i valori di cui è portatrice?

- Relazione Soci
- Relazione Risorse Umane
- Relazione Clienti
- Relazione Collettività
- Relazione Fornitori
- Relazione Enti/Istituzioni

	1 poco	2	3	4	5 molto
Relazione Soci					
Relazione Risorse Umane					
Relazione Clienti					
Relazione Collettività					
Relazione Fornitori					
Relazione Enti/Istituzioni					

Che tipo di relazione intrattiene con la Banca Popolare del Lazio? (possibilità di risposta plurima)

- Socio
- Cliente
- Dipendente
- Fornitore
- Collettività
- Istituzioni


Età	20-25		41-45	
	26-30		46-50	
	31-35		51-55	
	36-40		Oltre 55	

Se lo desidera può segnalarci i Suoi suggerimenti.

---

---

---

---

---

---

---

---

Coordinamento Redazione a cura  
della Segreteria Generale

Progetto Grafico a cura  
dell'Area Mercato

Realizzazione Grafica  
Riccardo Cimmino

Fotografie  
Riccardo Cimmino

Fotolito e Stampa  
Abc Digitale - Latina

Stampato su carta ecologica Freelife Vellum - Fedrigoni