



La veglia dura da secoli, pietrificata in nomi che, soprattutto a Sud, suonano come una carezza, un sussurro delicato: animella, cunnicella, fiuredda, cappilluzza, santella, riggiola, conella, madonnella, cuneddha...

Una devozione popolare essenziale e sincera, figlia di lari o di penati o di un dio minore. Alte sulle strade, ai crocicchi o sui campi a dominare i passi, i respiri e il volgere delle stagioni, di notte le edicole danzavano al ritmo delle

fiammelle. Ed era preghiera, supplica, pianto, bestemmia, minaccia di dimenticanza, sorriso per ricevuta grazia. Impudica voce, a ricordarle una promessa, la pioggia negata, l'amore tradito, il morso della fame, il padre che non torna dalla miniera.

Amico e complice della strada accanto, miracoloso protettore, santo e truffatore, fidato compagno di viaggio, in un altare di voci e visi appesi, come maschere di un teatro.

## Linee guida

### Dalla Carta dei Valori d'impresa

la centralità della persona, il rispetto della sua integrità fisica e culturale e il rispetto dei suoi valori di interrelazione con gli altri;

la valorizzazione delle risorse umane attraverso percorsi di accrescimento professionale e di partecipazione agli scopi d'impresa;

il rispetto e la tutela dell'ambiente;

l'attenzione ai bisogni e alle aspettative legittime degli interlocutori interni ed esterni per migliorare il clima di appartenenza e il grado di soddisfazione;

l'affidabilità dei sistemi e delle procedure di gestione per la massima sicurezza degli addetti, della collettività e dell'ambiente;

l'efficienza, l'efficacia e l'economicità dei sistemi gestionali per accrescere costantemente i livelli di redditività e di competitività dell'impresa;

l'impegno costante nella ricerca e nello sviluppo in tutte le aree di intervento per favorire e percorrere il massimo grado di innovazione nel perseguimento del disegno strategico;

la correttezza e la trasparenza dei sistemi di gestione in conformità alle norme e alle convenzioni vigenti nei riguardi delle componenti interne ed esterne all'impresa;

l'interrelazione con la collettività e con le sue componenti rappresentative, per un dialogo partecipativo di scambio e di arricchimento sociale, finalizzato al miglioramento della qualità della vita.



# **BILANCIO SOCIALE**

2002



santi della str

## Indice analitico

Lettera del Presidente	9
Scheda di sintesi	11
Descrizione del processo	12
Nota metodologica	13
<b>PARTE PRIMA</b>	
<b>RENDICONTO DEGLI IMPEGNI CON GLI STAKEHOLDERS</b>	<b>14</b>
<b>PARTE SECONDA</b>	
<b>IDENTITÀ AZIENDALE</b>	<b>16</b>
2.1 Storia	18
2.2 Contesto di riferimento	18
2.2.1 <i>Scenario</i>	18
2.2.2 <i>Mercato</i>	20
2.3 Valori	24
2.4 Missione	25
2.5 Assetto istituzionale e organizzativo	25
2.5.1 <i>Corporate governance</i>	25
2.5.2 <i>Partecipazioni e alleanze</i>	26
2.5.3 <i>Assetto organizzativo</i>	28
2.6 Disegno strategico	29
2.7 Piano programmatico	29
2.8 Scelte qualificanti	31
<b>PARTE TERZA</b>	
<b>RENDICONTO (PRODUZIONE E DISTRIBUZIONE DEL VALORE)</b>	<b>32</b>
3.1 Dati significativi di gestione	34
3.1.1 <i>Financial highlights</i>	34
3.1.2 <i>Indici gestionali</i>	35
3.2 Calcolo del valore aggiunto	41
3.2.1 <i>Conto economico della produzione del valore aggiunto e della sua distribuzione</i>	41
<b>PARTE QUARTA</b>	
<b>RELAZIONE SOCIALE</b>	<b>44</b>
4.1. Banca e Risorse Umane	46

4.1.1	<i>Obiettivi</i>	46
4.1.2	<i>Composizione del personale</i>	46
4.1.3	<i>Politica delle assunzioni</i>	47
4.1.4	<i>Lavoratori interinali e collaborazioni coordinate e continuative</i>	47
4.1.5	<i>Consistenza del personale</i>	48
4.1.6	<i>Turnover</i>	50
4.1.7	<i>Valorizzazione del potenziale</i>	51
4.1.8	<i>Formazione</i>	51
4.1.9	<i>Sistemi di remunerazione</i>	53
4.1.10	<i>Sistemi di incentivazione</i>	54
4.1.11	<i>Relazioni sindacali</i>	55
4.1.12	<i>Conflittualità sindacale</i>	56
4.1.13	<i>Sicurezza e salute sul luogo di lavoro</i>	57
4.1.14	<i>Politiche di pari opportunità</i>	58
4.1.15	<i>Attività sociali</i>	59
4.1.16	<i>Comunicazione interna</i>	59
4.1.17	<i>Contenzioso e litigiosità</i>	59
4.2	<b>Banca e Azionisti/Soci</b>	61
4.2.1	<i>Obiettivi</i>	61
4.2.2	<i>Composizione percentuale del capitale sociale distinto per natura giuridica e nazionalità</i>	61
4.2.3	<i>Segmentazione dei soci per categorie</i>	61
4.2.4	<i>Remunerazione del capitale</i>	62
4.2.5	<i>Partecipazione dei soci al governo dell'impresa e tutela delle minoranze</i>	63
4.2.6	<i>Servizi e agevolazioni riservate ai Soci</i>	63
4.2.7	<i>Investor relations</i>	63
4.2.8	<i>Comunicazione</i>	63
4.2.9	<i>Contenzioso e litigiosità</i>	63
4.3	<b>Banca e Clienti</b>	64
4.3.1	<i>Obiettivi</i>	64
4.3.2	<i>Caratteristiche e analisi della clientela</i>	64
4.3.3	<i>Informazione e comunicazione</i>	66
4.3.4	<i>Condizioni negoziali</i>	66
4.3.5	<i>Sistema Qualità e customer satisfaction</i>	66
4.3.6	<i>Marketing development</i>	68
4.3.7	<i>Contenzioso e litigiosità</i>	69
4.4	<b>Banca e Fornitori</b>	70
4.4.1	<i>Obiettivi</i>	70
4.4.2	<i>Outsourcing e consulenze</i>	70
4.4.3	<i>Comunicazione e informazione</i>	70
4.4.4	<i>Qualificazione e analisi dei fornitori</i>	70
4.4.5	<i>Sistemi di Qualità e certificazione di qualità o ambientale</i>	71
4.4.6	<i>Condizioni negoziali</i>	71
4.4.7	<i>Ricaduta sul territorio</i>	71
4.4.8	<i>Contenzioso e litigiosità</i>	73
4.5	<b>Banca e altre banche/istituzioni</b>	73
4.5.1	<i>Linee politiche coerenti ai valori di riferimento</i>	73
4.5.2	<i>Rapporti con le altre banche</i>	73
4.5.3	<i>Rapporti con le compagnie assicurative e con gli intermediari finanziari</i>	74

4.5.4	<i>Rapporti con le Autorità di Vigilanza e Monetaria</i>	75
4.5.5	<i>Rapporti con le Associazioni di categoria</i>	75
4.5.6	<i>Comunicazione</i>	76
4.5.7	<i>Contenzioso e litigiosità</i>	76
4.6	<b>Banca e Stato/Autonomie Locali</b>	76
4.6.1	<i>Obiettivi</i>	76
4.6.2	<i>Imposte, tributi e tasse</i>	76
4.6.3	<i>Protocollo per la prevenzione della criminalità</i>	77
4.6.4	<i>Rapporti contrattuali con la Pubblica Amministrazione</i>	78
4.6.5	<i>Norme interne e sistemi di controllo volti a garantire l'osservanza della legge</i>	79
4.6.6	<i>Contributi, agevolazioni e/o finanziamenti agevolati ricevuti e suddivisi per area di destinazione</i>	80
4.6.7	<i>Comunicazione</i>	80
4.6.8	<i>Contenzioso e litigiosità</i>	80
4.7	<b>Banca e Collettività</b>	81
	<i>Persone</i>	
4.7.1	<i>Obiettivi</i>	81
4.7.2	<i>Descrizione degli apporti diretti al sociale in termini di arricchimento della qualità della vita nei diversi ambiti di intervento</i>	81
4.7.3	<i>Informazione e comunicazione</i>	85
4.7.4	<i>Ricerca e Sviluppo</i>	85
4.7.5	<i>Contenzioso e litigiosità</i>	85
	<i>Ambiente</i>	
4.7.6	<i>Obiettivi</i>	86
4.7.7	<i>Interventi qualificanti</i>	86
4.7.8	<i>Eventuali certificazioni ambientali</i>	86
4.7.9	<i>Aspetti diretti di performance ambientali</i>	86
4.7.10	<i>Aspetti indiretti ambientali per i finanziamenti</i>	87
4.7.11	<i>Contenzioso e litigiosità</i>	88
	<i>Banca e Media</i>	
4.7.12	<i>Obiettivi</i>	88
4.7.13	<i>Qualificazione dei media utilizzati</i>	88
4.7.14	<i>Contenzioso e litigiosità</i>	89
	<i>Banca e comunità virtuale</i>	
4.7.15	<i>Obiettivi</i>	89
4.7.16	<i>Caratteristiche e analisi dei "contatti"</i>	90
4.7.17	<i>Tutela della sicurezza per le operazioni di "virtual banking"</i>	91
4.7.18	<i>Azioni di sensibilizzazione alla cultura dell'Information Technology</i>	91
4.7.19	<i>Contenzioso e litigiosità</i>	91
	<b>PARTE QUINTA</b>	
	<b>SISTEMA DI RILEVAZIONE DEL CONSENSO</b>	<b>92</b>
	<b>PARTE SESTA</b>	
	<b>PROPOSTA DI MIGLIORAMENTO (Orientamento della futura gestione)</b>	<b>94</b>
	Appendice	96
	Conto economico riclassificato	96
	Stato patrimoniale riclassificato	96
	Relazione della società di revisione sul bilancio sociale	97



santi della str

## Lettera del Presidente

“Il significato di un uomo non va ricercato  
in ciò che egli raggiunge,  
ma in ciò che vorrebbe raggiungere”.

*Kahlil Gibran*

**E'** con vivo piacere che presento, per il terzo anno consecutivo, il Bilancio Sociale, con cui viene aggiornato il quadro di informazioni quantitative e qualitative del nostro agire quotidiano.

Ricordo le difficoltà del primo anno, quelle che inevitabilmente accompagnano ogni nuova esperienza, e gli sforzi tesi a superarle, facendo leva sull'entusiasmo dei più.

Oggi lo strumento comincia a diventare familiare, fugando i timori di chi (ma erano veramente pochi) “sospettava” che il Bilancio Sociale si sarebbe rivelato come ulteriore adempimento burocratico da assolvere e non occasione propizia di miglioramento, opportunità intelligente sulla quale investire.

E' innegabile come a questo primo, provvisorio, ma soddisfacente risultato abbia concorso l'incoraggiamento che ci è venuto, direttamente o indirettamente, dall'esterno. Mi limito a ricordare soltanto:

- a) il favorevole accoglimento del Bilancio Sociale e del Codice Etico da parte della stampa specializzata\*;
- b) l'interessamento degli stakeholders per rilevare il loro grado di coinvolgimento e le aspettative di miglioramento da loro espresse.



*E proprio per meglio evidenziare l'aspetto del Bilancio Sociale come "processo di gestione responsabile", questa edizione del documento contiene sia il rendiconto degli impegni di miglioramento assunti con gli stakeholders nello scorso anno (sezione prima) sia la proposta di miglioramento per l'esercizio 2003 (sezione sesta).*

*Tutto questo al fine di orientare la gestione aziendale verso obiettivi di sviluppo socialmente sostenibili.*

*Il Bilancio Sociale – ne sono convinto – sarà tanto più apprezzato quanto più sarà capace di offrire una lettura diversa (da quella consueta) della realtà aziendale, volta a:*

- evidenziare i rapporti che legano la Banca al territorio;*
- migliorare i processi decisionali, anche in ragione delle legittime aspettative degli stakeholders.*

*Nella misura in cui sapremo realizzare quanto sopra, la Banca contribuirà a dar vita, corpo e sostanza a quello sviluppo sostenibile da molti invocato, ma da pochi effettivamente perseguito. E noi, con il nostro apporto, speriamo di poter esser annoverati a pieno titolo fra questi ultimi.*

**Raffaele Caroli Casavola**

*Presidente della Banca Popolare Pugliese*



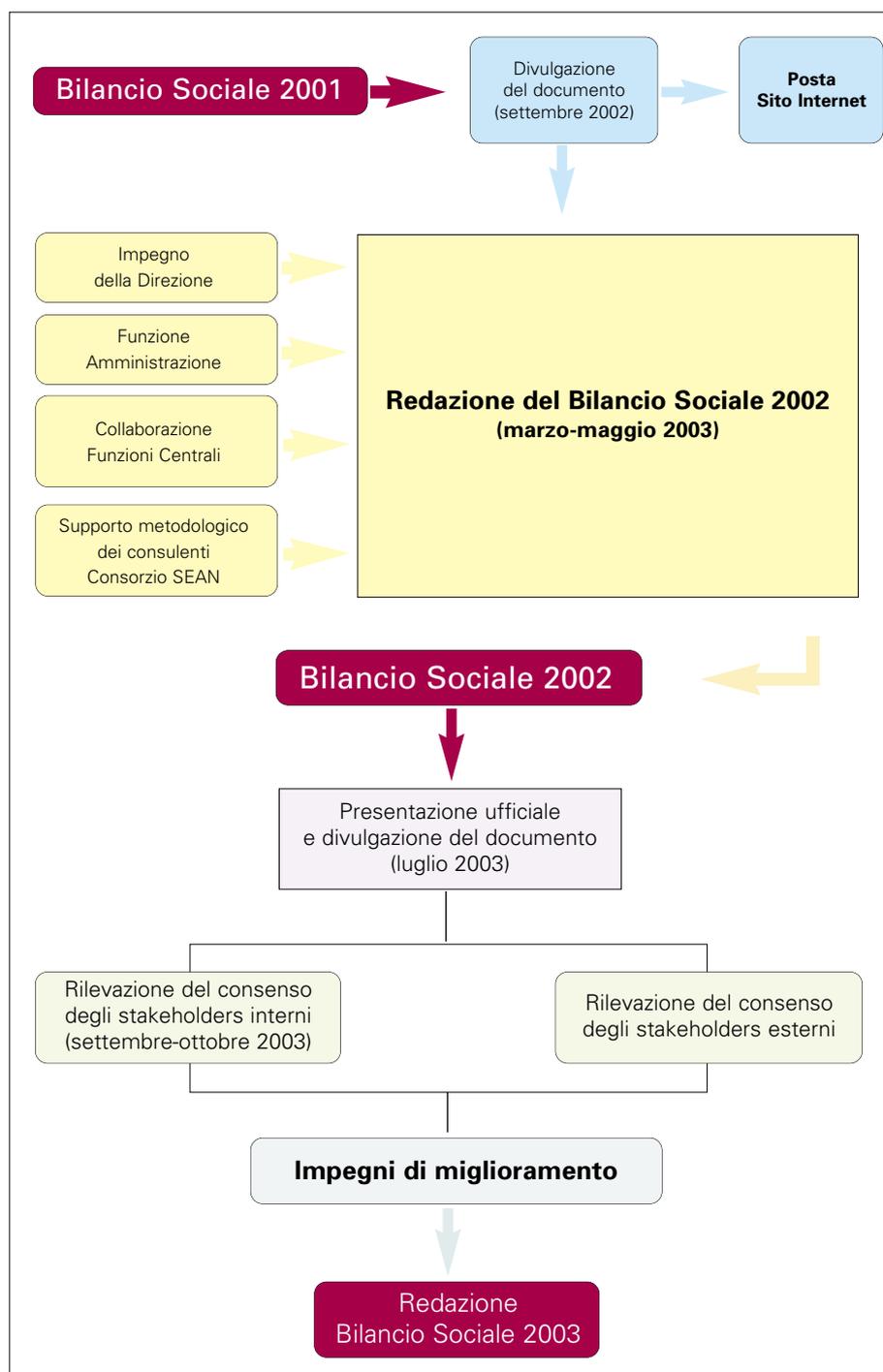
\* Cfr., in particolare, *Fare Banca* di F. Lenoci-E. Rocca, ed. Il Sole-24 Ore, e *La Responsabilità Sociale delle imprese e i nuovi strumenti di comunicazione nell'esperienza bancaria* di G. Birindelli-A. Tarabella, ed. Franco Angeli.

# S c h e d a d i s i n t e s i

(Importi espressi in milioni di Euro)

	2001	2002
<b>VALORE AGGIUNTO LORDO PRODOTTO E DISTRIBUITO</b>	<b>67,47</b>	<b>68,26</b>
Ai dipendenti (per stipendi e contributi)	40,84	42,22
Al sistema Stato (per imposte e tasse)	13,08	13,20
Ai soci (per dividendi)	5,36	5,39
Al sistema impresa (ammortamenti e accantonamenti)	7,36	6,68
Alla collettività (liberalità esterne)	0,83	0,77
<b>RISORSE UMANE</b>		
Dipendenti al 31 dicembre	799	809
Variazione in aumento	18	10
Media dipendenti	802	806
<b>FORMAZIONE</b>		
Giorni di formazione dipendenti	1.888 gg/uomo	2.360 gg/uomo
Dipendenti interessati	733	736
Percentuale dipendenti interessati (su media annua)	91,40	91,31
<b>LA RETE</b>		
Filiali	74	76
Filiali aperte nell'anno	2	2
<b>DATI OPERATIVI</b>		
Raccolta da clientela (diretta e indiretta)	3.024	3.105
Mezzi amministrati	1.944	2.095
Risultato lordo (al lordo degli ammortamenti)	37,33	31,65
Utile	7,30	7,55

## Descrizione del processo





## Nota metodologica

Il Bilancio Sociale 2002 della Banca Popolare Pugliese è stato redatto sulla base del “Modello ABI/IBS” \* di redazione del Bilancio Sociale per il settore del credito e delle linee guida definite nel documento GBS\*\*.

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

I contenuti del documento sono stati organizzati in sei sezioni:

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

La rilevazione del consenso, avviata per la prima volta lo scorso esercizio, sarà ripetuta dopo la pubblicazione del bilancio sociale 2002 e i risultati saranno esposti nel documento del 2003.

In aderenza al principio di *Omogeneità*, tutte le espressioni quantitative monetarie sono indicate in euro, unica moneta di conto; di conseguenza, i dati dei precedenti esercizi presentati a scopo comparativo e originariamente in lire sono riportati in euro.

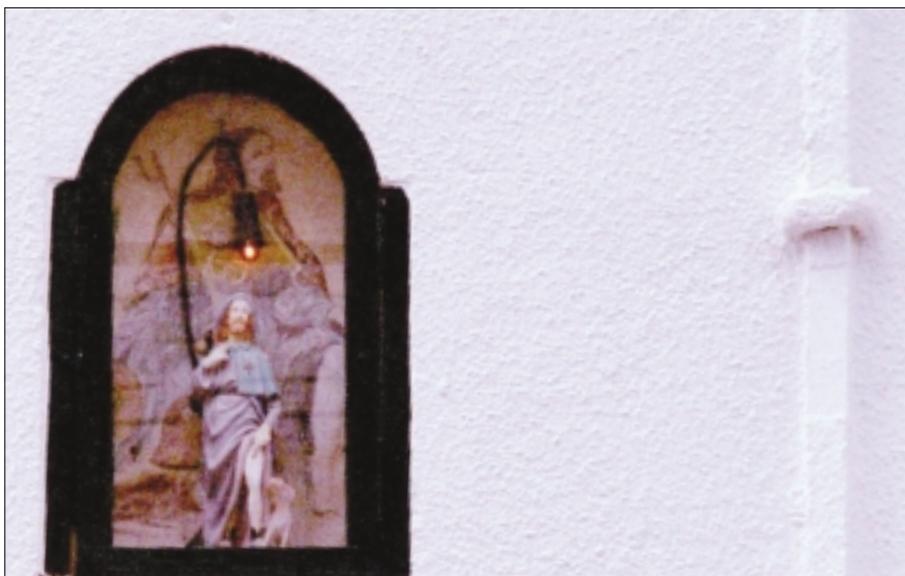
\* **IBS**  
(Istituto Europeo  
per il Bilancio Sociale)

\*\* **GBS**  
(Gruppo di studio per  
la statuizione dei principi di  
redazione del bilancio sociale)



parteprima

## Rendiconto degli impegni con gli stakeholders



*Per la Banca Popolare Pugliese, il Bilancio Sociale è un processo consistente in un dialogo con gli stakeholders, che inizia con il richiamo alla responsabilità sociale assunta nell'anno e prosegue con la rilevazione del consenso, per poi concludersi in una dichiarazione di impegno a crescere in maniera sostenibile, ovvero tenendo conto delle aspettative degli interlocutori interni ed esterni.*

- *Il **primo Bilancio Sociale** della Banca, ad uso interno, risale al **1999***
- *Il **Bilancio Sociale 2000** è stato il primo documento ufficiale presentato all'esterno*
- *Con il **Bilancio Sociale 2001** la Banca ha avviato il sistema di rilevazione del consenso e assunto alcuni impegni di miglioramento*
- *Il **Bilancio Sociale 2002** inizia con una **novità**: il rendiconto degli impegni di miglioramento con gli stakeholders. Si vuole, in questo modo, sintetizzare lo stato di avanzamento dei progetti e individuare alcune azioni concrete sviluppate nel 2002, ulteriormente dettagliate nella terza parte del documento.*



Per ciascun impegno, si fornisce di seguito un giudizio interno circa lo stato di avanzamento al 31.12.2002:

#### Legenda

\*\*\* attività / obiettivo realizzato

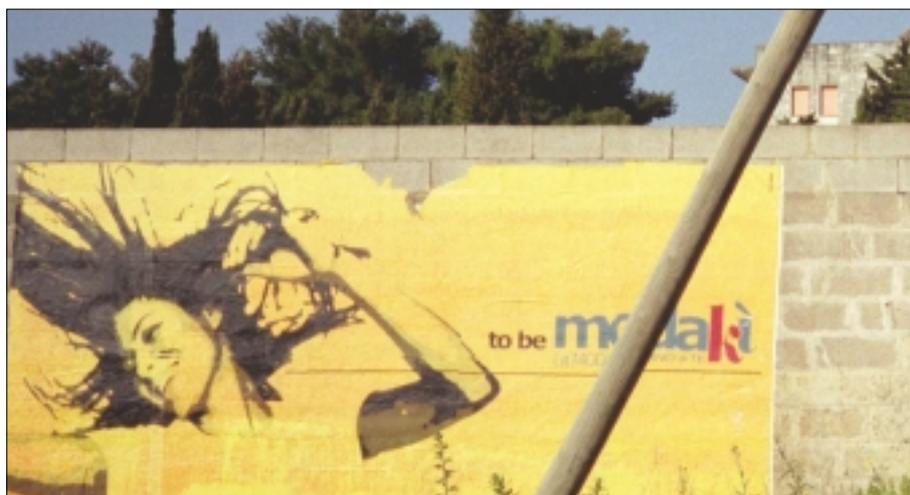
\*\* attività / obiettivo in corso di realizzazione

\* attività non ancora realizzata o realizzata in minima parte

Rendiconto degli impegni di miglioramento assunti con gli stakeholders nel Bilancio Sociale precedente			
<i>Impegni 2001</i>	<i>Stato di avanzamento</i>	<i>Azioni concrete sviluppate nel 2002</i>	<i>Paragrafo del Bilancio</i>
1 Investire sulla <b>formazione continua delle risorse umane</b>	***	• Incremento del 25% delle ore di formazione	4.1.8
		• Arricchimento qualitativo dei contenuti formativi per materia	4.1.8
2 <b>“Creare rete” nel tessuto economico e sociale</b> , promuovendo anche la costituzione di un <b>Osservatorio sull’economia salentina</b>	**	• Intensa attività convegnistica sulle tematiche economiche e imprenditoriali del territorio, assieme ad Associazioni di categoria e ordini professionali	4.7.2
		• Consolidato il ruolo locale nella finanza agevolata e nel project financing	4.6.4
3 Diventare <b>partner privilegiato delle imprese</b> del territorio	**	• Incremento del numero di imprese servite dai gestori imprese	4.3.2
4 Rendere più incisivo il processo di <b>trasparenza</b> nelle relazioni con la clientela	*	• Avviato il processo di analisi dei fogli informativi analitici	4.3.3
		• Revisione organizzativa delle strutture dedicate alla trasparenza	4.3.3
5 Sviluppare <b>nuove modalità di comunicazione</b>	**	• Arricchita l’operatività del Customer Care Digibank	4.7.16
		• Convegni BPP	4.7.2
		• Arte Regina di pace	4.7.2
		• Cuore Amico	4.7.2
		• Novecento Letterario Leccese	4.7.2
6 Rendere <b>più sinergico il rapporto con il sistema universitario</b>	**	• 54 stage formativi per neolaureati	4.7.2
		• Coinvolta l’Università di Lecce nei convegni BPP	4.7.2
		• Interventi formativi in ambito universitario a mezzo di propri dipendenti	4.7.2



parteseconda  
**Identità aziendale**





*L'identità distintiva della Banca Popolare Pugliese è il suo "modo di essere", dato dall'insieme delle sue caratteristiche organizzative, dalle attività che svolge, dagli interessi che persegue, per fare emergere e mettere in luce i tratti distintivi che contribuiscono a renderla peculiare e unica, conferendole specificità.*

*In questa sezione del Bilancio Sociale viene messo in luce l'insieme dei segnali, coerenti fra di loro, che caratterizzano i valori fondamentali, la missione, il disegno strategico e le linee politiche aziendali. Da questi elementi scaturisce l'impegno sociale della Banca nel contesto di riferimento.*



- **Storia**
- **Contesto di riferimento**
- **Valori**
- **Missione**
- **Assetto istituzionale e organizzativo**
- **Disegno strategico**
- **Piano programmatico**
- **Scelte qualificanti**



## 2.1 Storia

La Banca Popolare Pugliese costituisce l'unica espressione autonoma del sistema creditizio salentino (con esclusione del credito cooperativo) e una delle poche di quello pugliese.

Costituita il 2 giugno 1994 dalla fusione fra "Popolare Sud Puglia" e "Popolare di Lecce", la Banca Popolare Pugliese nel corso degli anni ha potenziato la propria rete territoriale incorporando tre aziende di credito: la Banca di Credito Cooperativo di Otranto, in provincia di Lecce, e le banche di credito cooperativo di Cellino San Marco e San Pancrazio Salentino, nella provincia di Brindisi.



La Banca Popolare Pugliese, da sempre attenta a contemperare i principi della cooperazione, del localismo e della solidarietà con le spinte innovative della globalizzazione, ha avviato negli ultimi anni un processo di rinnovamento, teso a rafforzare ulteriormente la propria immagine di Banca del territorio, moderna ed efficiente, al servizio delle famiglie e delle piccole e medie imprese, responsabile verso le persone e l'ambiente naturale.

Al 31 dicembre 2002 la Banca è presente con 76 sportelli nelle province di Bari, Brindisi, Lecce e Taranto, ha un organico di 809

dipendenti e ha raggiunto 3.105 milioni di euro di raccolta complessiva e 1.021 milioni di euro di impieghi a clientela.

## 2.2 Contesto di riferimento

### 2.2.1 Scenario

L'anno 2002 era da molti economisti considerato l'anno della ripresa **economica mondiale**; tuttavia le tensioni create dal terrorismo internazionale, i rischi collegati ai nuovi conflitti armati, le crisi dei mercati borsistici e gli aumenti del prezzo del petrolio hanno spento il clima di fiducia degli investitori e dei consumatori moderando la ripresa economica mondiale.

Anche per i **Paesi dell'Unione Europea** il 2002 è stato un anno difficile: complessivamente il tasso di crescita della ricchezza (PIL) ha registrato una riduzione dall'1,6% del 2001 allo 0,90% del 2002, a causa del ristagno degli investimenti e all'aumento della propensione al risparmio delle famiglie.

In **Italia**, nel 2002, il ritmo di crescita della ricchezza, stimato attorno allo 0,5% annuo, è stato frenato dalla debolezza dell'economia mondiale e dei Paesi europei in particolare.



In linea con la fase congiunturale dell'economia reale, nel corso del 2002 l'attività delle **banche italiane** ha conosciuto una decelerazione dell'espansione caratterizzata dalla costante riduzione nell'incremento dei crediti verso la clientela.

La rischiosità creditizia si è mantenuta stabile sui livelli degli ultimi anni, anche se moderatamente in crescita.

Infine, i dati sull'andamento del conto economico delle banche italiane evidenziano complessivamente una diminuzione significativa della **redditività** per cause legate all'andamento congiunturale, ai tassi di interesse e alla negativa performance dei mercati finanziari.

### ***Economia pugliese***

Nel Rapporto di Lisbona, presentato durante il vertice del "Word Economic Forum" del settembre 2002, l'Italia è risultata penultima tra i partner europei in termini di ricerca e sviluppo, liberalizzazione, infrastrutture, servizi finanziari, ostacoli burocratici, ambiente e sviluppo sostenibile. Questo stato di fatto penalizza particolarmente la Puglia, che risente dei bassi livelli di competitività a causa della posizione periferica rispetto ai mercati dell'Europa settentrionale

nonché dei ritardi strutturali di sviluppo dell'area.

La situazione di difficoltà ha caratterizzato l'**industria manifatturiera** e il **terziario** e ha finito per ripercuotersi direttamente sul settore dell'ICT (Information & Communication Technology); nonostante ciò, le imprese pugliesi, sulla spinta dei buoni risultati conseguiti nell'ultimo biennio, hanno rilanciato gli investimenti a sostegno della diffusione di servizi a maggiore contenuto innovativo; stazionario l'andamento del settore delle **costruzioni**.

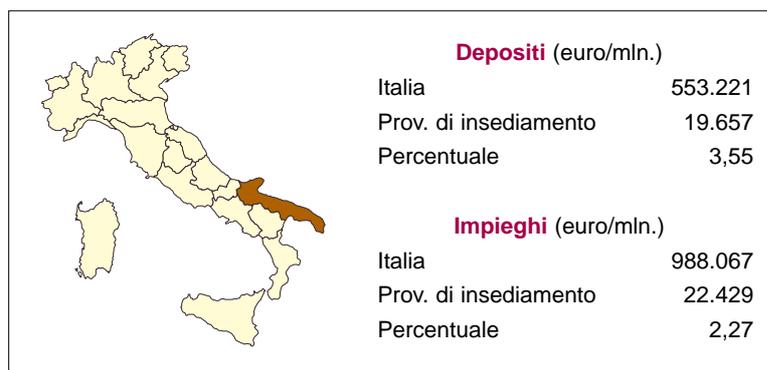
Il settore dell'**artigianato** è stato caratterizzato da una diminuzione degli ordinativi e del fatturato.

Il comparto dell'**abbigliamento** e delle **calzature** conferma le difficoltà strutturali legate alla modifica dell'offerta internazionale, che richiede profondi interventi di ristrutturazione dei prodotti e dei mercati.

Il **commercio** ha registrato una flessione nei consumi e negli investimenti; l'incremento dei prezzi di vendita ha determinato un peggioramento della situazione finanziaria dovuta ad un aumento dei costi operativi.

Il settore **turistico** non sembra soffrire crisi di competitività, quanto piuttosto il verificarsi di eventi naturali imprevedibili. Nel complesso, è stato positivo l'andamento economico e degli investimenti delle imprese turistiche salentine.

Per quel che concerne il mercato del **lavoro**, la flessione che ha investito la congiuntura ha avuto ripercussioni negative solo sulla componente atipica (interinali).



### 2.2.2 Mercato

Le **province di insediamento** della Banca Popolare Pugliese sono:

- Bari
- Brindisi
- Lecce
- Taranto

I dati complessivi <sup>1</sup> sull'attività delle banche operanti in queste province evidenziano che:

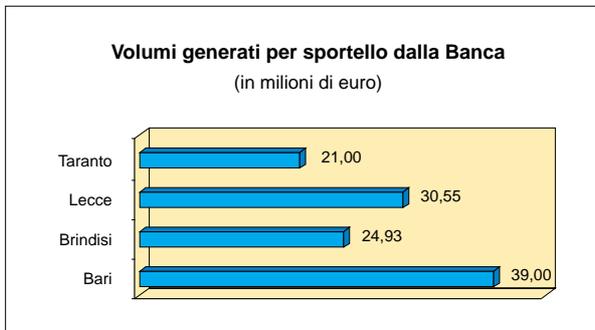
- risultano prevalenti le operazioni di raccolta di denaro (con volumi di depositi <sup>2</sup> pari al 3,55% sul totale Italia), rispetto agli impieghi <sup>3</sup>, che si attestano al 2,27%;
- sono presenti 1.065 sportelli <sup>4</sup>, con una crescita annua maggiore nella provincia di Bari (17 nuovi sportelli) seguita dalle province di Lecce, Brindisi, Taranto (rispettivamente con 7, 5 e 1 sportelli);
- i volumi generati in media dai singoli sportelli sono pari a 39,52 milioni di euro.

<sup>1</sup> Da Bankitalia: quote provinciali per localizzazione della clientela.

<sup>2</sup> Depositi = depositi a risparmio, buoni fruttiferi, certificati di deposito, conti correnti.

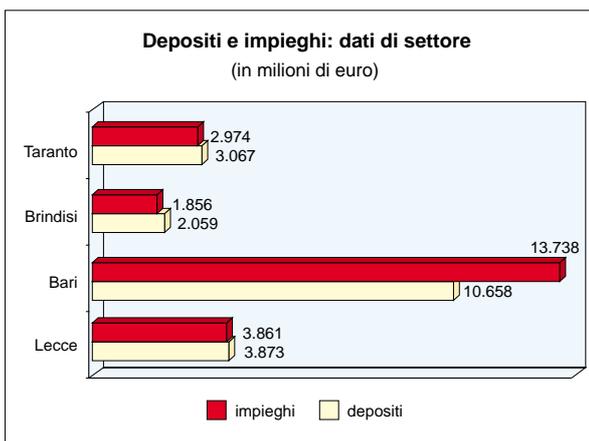
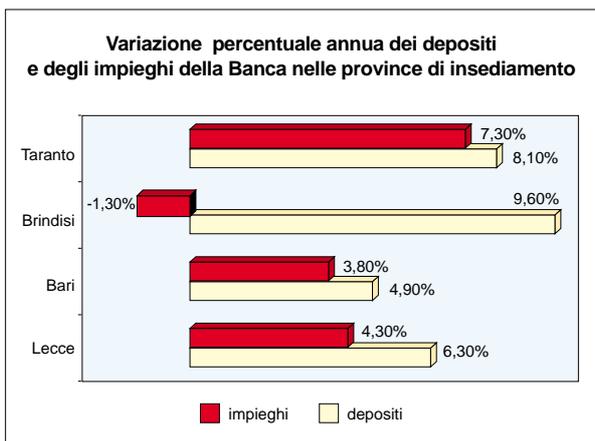
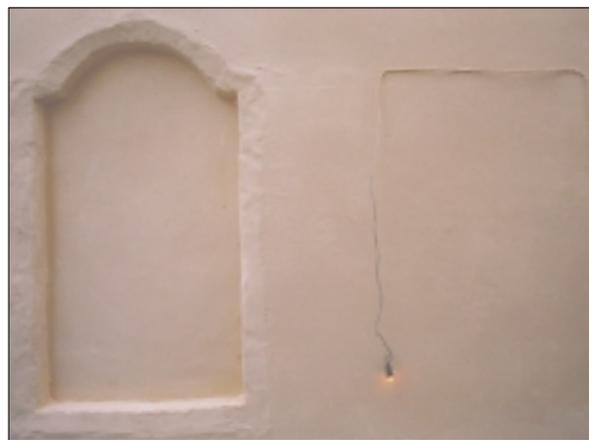
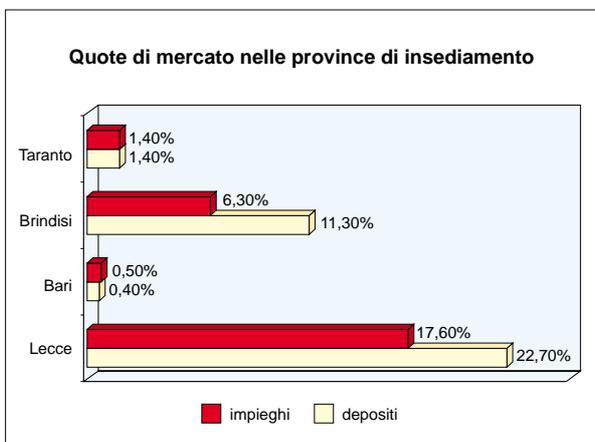
<sup>3</sup> Impieghi = Impieghi totali al netto di interessi e PcT.

<sup>4</sup> Rilevazione al mese di settembre 2002.



**Quote di mercato nelle province di insediamento**  
(dati rilevati a settembre 2002)

	Valore Banca	Quota di mercato
Sportelli	76	7,14%
Depositi	1.197 milioni di euro	6,10%
Impieghi	911 milioni di euro	4,10%

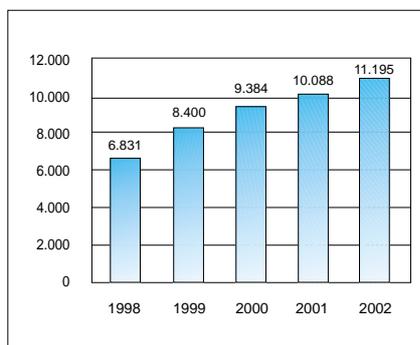


### *Evoluzione di alcuni prodotti*

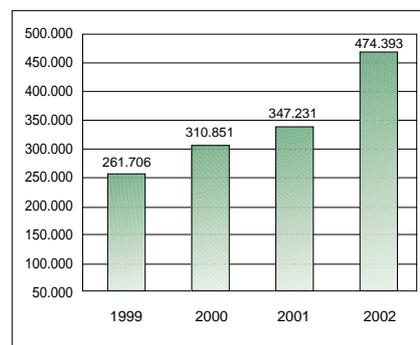
Qui di seguito sono riportati i grafici che evidenziano

l'evoluzione storica di alcuni prodotti e servizi offerti alla clientela.

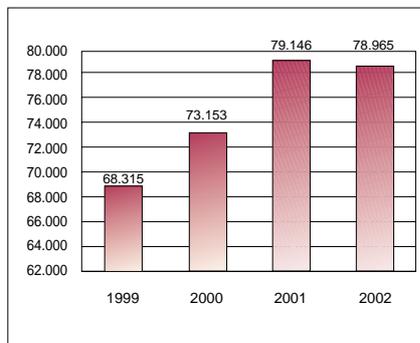
NUMERO MUTUI



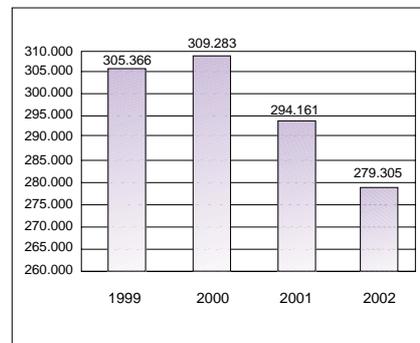
VOLUMI MUTUI



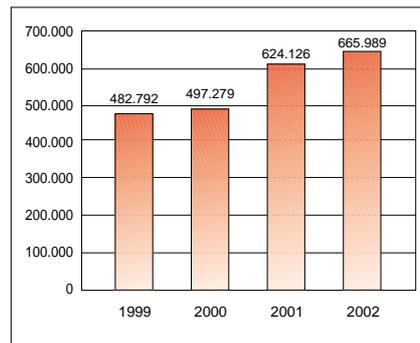
NUMERO CONTI CORRENTI ORDINARI



VOLUMI CONTI CORRENTI ATTIVI

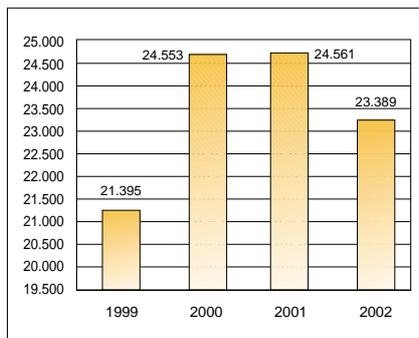


VOLUMI CONTI CORRENTI PASSIVI

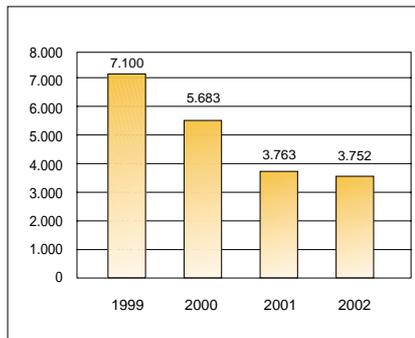




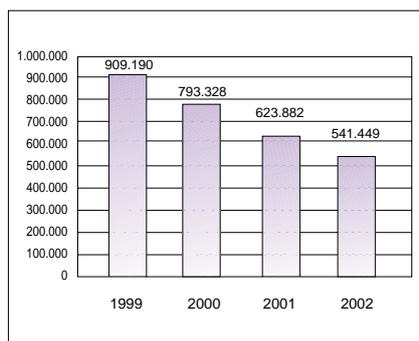
CARTE DI CREDITO



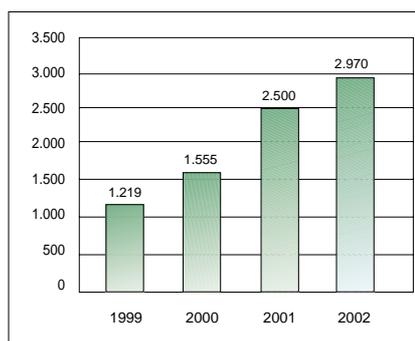
NUMERO GPM



VOLUMI RISPARMIO GESTITO



TERMINALI POS



I dati evidenziano una crescita costante della Banca nell'ambito dei mutui, dei conti correnti passivi e dei POS.

Nel corso del 2002 il numero delle GPM è rimasto pressoché stabile sebbene si siano ridotti i volumi per effetto della crisi dei mercati finanziari.





## 2.3 Valori

Il **Codice Etico**, pubblicato nel giugno del 2000, esplicita i valori in cui si riconosce la Banca Popolare Pugliese.

Si tratta di un documento esplicativo dei criteri normativi volti ad orientare consapevolmente i comportamenti inerenti le scelte e le procedure di gestione, coerenti con i valori di riferimento.

A tali valori gli organi sociali e il personale della Banca quotidianamente ispirano i propri comportamenti professionali per il perseguimento della missione aziendale.

Gli organi sociali e il personale della Banca, nel rispetto di questi principi – contemplati nella **“Carta dei valori d’impresa”**<sup>5</sup>, elaborata dall’Istituto Europeo per il Bilancio Sociale – sono sollecitati a mantenere un comportamento eticamente corretto nei rapporti sia interni che esterni all’Azienda.

Le attività, pertanto, devono essere svolte nell’assoluto rispetto della legge, della normativa di vigilanza nonché di politiche, procedure, piani e regolamenti interni.

Nella selezione e gestione del personale la Banca Popolare Pugliese disconosce ogni pratica discriminatoria basata su sesso, età, militanza sindacale, credo religioso o politico nonché ogni forma di nepotismo e favoritismo.

### Valori della Banca Popolare Pugliese

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

<sup>5</sup> La Banca Popolare Pugliese nel processo di individuazione delle linee portanti del proprio sistema valoriale si riconosce nella **Carta dei valori d’impresa** che l’Istituto Europeo per il Bilancio Sociale ha desunto dalla Carta dei valori fondamentali dell’Uomo, elaborata dalla fondazione internazionale Nova Spes per lo sviluppo umano qualitativo e proposta come Carta dei Valori dell’ONU nel 1989, per dare un orientamento puntuale e socialmente univoco alle scelte d’intervento d’impresa.



## 2.4 Missione

La missione aziendale<sup>6</sup> identifica la ragion d'essere della Banca e i suoi obiettivi.

Sul modo di essere e di fare banca della Banca Popolare Pugliese incide lo "status" di "cooperativa": oltre ad essere impegnata nella raccolta e nell'impiego delle risorse finanziarie per conseguire profitti, essa opera sul territorio regionale quale strumento di promozione e crescita socio-economica e civile nel rispetto dei valori comuni condivisi con tutti i suoi stakeholders.

## 2.5 Assetto istituzionale e organizzativo

### 2.5.1 Corporate governance

Il capitale sociale, al 31 dicembre 2002, è composto da n. 32.058.486 azioni, sottoscritte da 40.324 soci, residenti prevalentemente in Puglia, che condividono la missione della Banca e fanno convergere – quali soci clienti o soci collaboratori – le loro attese di destinatari del valore aggiunto creato dall'Azienda.

La Banca Popolare Pugliese si caratterizza per una corporate governance i cui elementi più significativi sono:

- il diritto di ogni socio ad esprimere in assemblea un solo voto a prescindere dal numero di azioni possedute (voto capitaro e non per quote);
- il possesso azionario massimo di ciascun socio limitato allo 0,50% del capitale sociale;
- destinazione di una parte degli utili ad attività di assistenza e beneficenza nel territorio di riferimento a norma dell'art. 47 dello Statuto;

Gli organi sociali deputati alla corporate governance sono i seguenti:

- il **Consiglio di Amministrazione**: è composto da massimo tredici membri, eletti dall'Assemblea tra i soci aventi diritto al voto. I consiglieri durano in carica tre anni e sono rieleggibili. Attuale presidente del Consiglio di Amministrazione è il dott. Raffaele Caroli Casavola

La missione della Banca Popolare Pugliese consiste nell'assunzione di un ruolo attivo e propulsivo per lo sviluppo economico e per la crescita sociale del territorio in cui essa opera. La Banca Popolare Pugliese ritiene di poter realizzare tale missione con il rafforzamento e la valorizzazione della propria autonomia societaria e gestionale, con il raggiungimento di adeguati livelli di efficienza per soddisfare le esigenze dei clienti e di adeguati risultati economici per soddisfare le aspettative dei soci.

<sup>6</sup> La missione rispecchia quella riportata nel "Codice Etico" pubblicato nel giugno 2000.



### Consiglio di Amministrazione \*

**Presidente** *Raffaele Caroli Casavola*

**Vice Presidente** *Carmelo Caforio*

**Consiglieri** *Adalberto Alberici*  
*Domenico Caliandro*  
*Antonio Costa*  
*Raffaele De Santis*  
*Rocco Esposito*  
*Giuseppe Ferro*  
*Alberto Petraroli*  
*Antonio Quarta*  
*Cosimo Damiano Romano*  
*Piero Stamerra Grassi*  
*Vitantonio Vinci*

\* C.d.A. alla data di pubblicazione del presente documento.

- **il Comitato Esecutivo:** nominato dal Consiglio di Amministrazione, è composto da massimo sei membri, scelti fra gli amministratori in carica, e va rinnovato annualmente dopo l'approvazione del bilancio da parte dell'Assemblea

- **il Direttore Generale:** prende parte, con voto consultivo, alle adunanze del Consiglio di Amministrazione e del Comitato Esecutivo e dà esecuzione alle relative deliberazioni; sovrintende al funzionamento della Banca, allo svolgimento delle operazioni e dei servizi, secondo le direttive del Consiglio di Amministrazione. Attuale Direttore Generale è il Dott. Vito Primiceri.

### 2.5.2 Partecipazioni e alleanze

Il portafoglio partecipazioni comprende due tipologie:

- società controllate (SO.BA.RI.T., QUADRIFOGLIO e BPP SERVICE) che compongono il **Gruppo Creditizio Banca Popolare Pugliese**

- **società strategicamente rilevanti** per il raggiungimento degli obiettivi della Banca:

- società nazionali e internazionali di **erogazione di servizi bancari;**

- società locali costituite per agevolare e promuovere lo **sviluppo di attività economiche nel territorio** di riferimento (soggetti attuatori di patti territoriali, Gruppi di Azione Locale, società miste, fiere).

#### Partecipazioni in società strategicamente rilevanti per l'erogazione di servizi bancari

Banca per il Leasing - Italease S.p.A. Milano

C.S.E. Centro Servizi Elettronici Società Consortile a r.l. San Lazzaro di Savena (BO)

Europrius Nbi Asset Management - Lussemburgo

Factorit S.p.A. - Milano

Istituto Centrale delle Banche Popolari Italiane - Milano

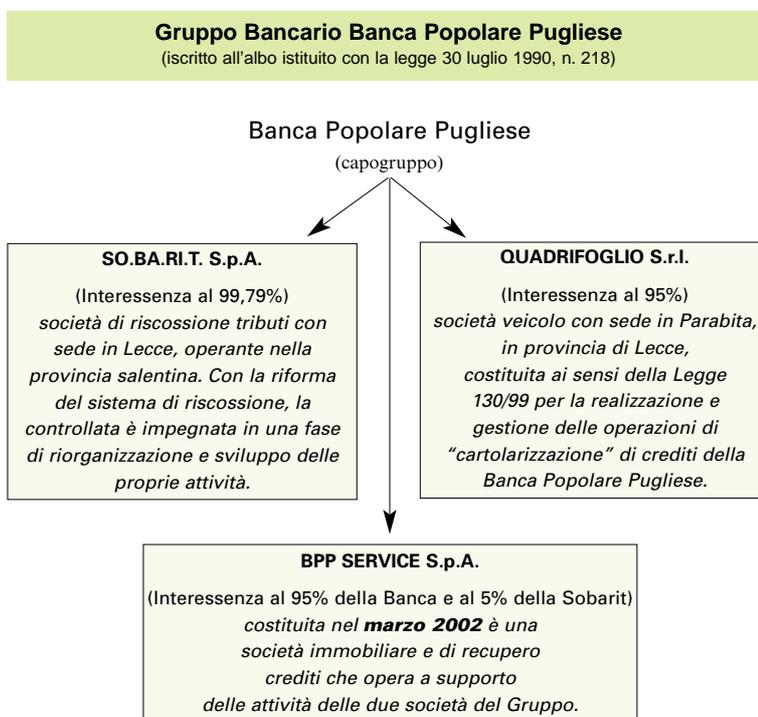
S.W.I.F.T. - Milano

Servizi Interbancari S.p.A. - Roma



Alleanze della BPP
Arca S.G.R. S.p.A. - Milano
Crédit Agricole Indosuez
Investnet
Vittoria Assicurazioni

Partecipazioni in società locali
Cisi Puglia S.p.A. - Taranto
Cittadella della Ricerca - Brindisi
Editoriale Il Corsivo - Lecce
Fiera di Galatina e del Salento - Galatina
Gal Terra dei Messapi - Mesagne
Mercaflor S.r.l. - Taviano
Promem Sud Est S.p.A. - Bari
Società Consortile Pacchetto Localizzativo Brindisi S.p.A. - Brindisi



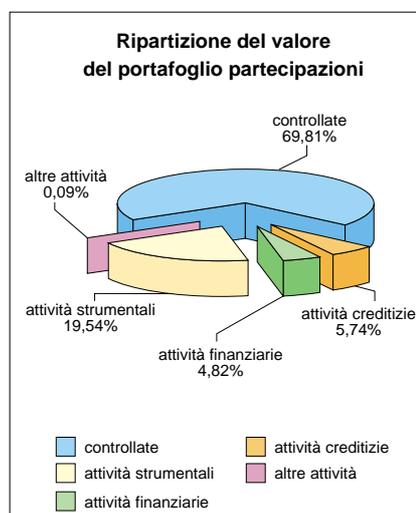
L'orientamento della Banca, anche nel corso del 2002, è stato quello di rafforzare la partecipazione in società strategicamente importanti e dismettere quelle non più funzionali per la propria attività.

Oltre alla partecipazione in società strategicamente rilevanti, la Banca intrattiene specifici rapporti e alleanze commerciali con altri soggetti.

La Banca partecipa in società aventi finalità equiparabili ad agenzie di sviluppo del territorio (es. i GAL), che dimostrano di fornire idee e risultati di miglioramento sociale ed economico. In tali società la Banca partecipa attivamente nella

gestione e nel sostenimento di iniziative economicamente e finanziariamente sostenibili.

La composizione del portafoglio partecipazioni può essere così sintetizzata:



### 2.5.3 Assetto organizzativo

L'assetto organizzativo della Banca, già modificato nel corso del 2001 e ulteriormente integrato nel corso del 2002 per renderlo adeguato alle esigenze operative e del mercato, si articola in:

- **struttura centrale**, costituita da Direzione Generale, Direzione Commerciale, Direzione Operativa, Direzione Finanza e funzioni di staff
- **struttura periferica**, composta da aree territoriali, filiali, agenzie e sportelli leggeri
- **altri canali distributivi**, costituiti da gestori imprese, promotori interni, assistenti alla clientela e canali virtuali



Negli ultimi anni le figure dei promotori interni e dei gestori d'impresa hanno consentito di migliorare in maniera rilevante il rapporto e la comunicazione tra la Banca e il target di clientela di significativo interesse.

Le principali innovazioni apportate nel corso del 2002 sono state le seguenti:

- riguardo la **struttura centrale**, si è provveduto alla:

- istituzione della Direzione Finanza;

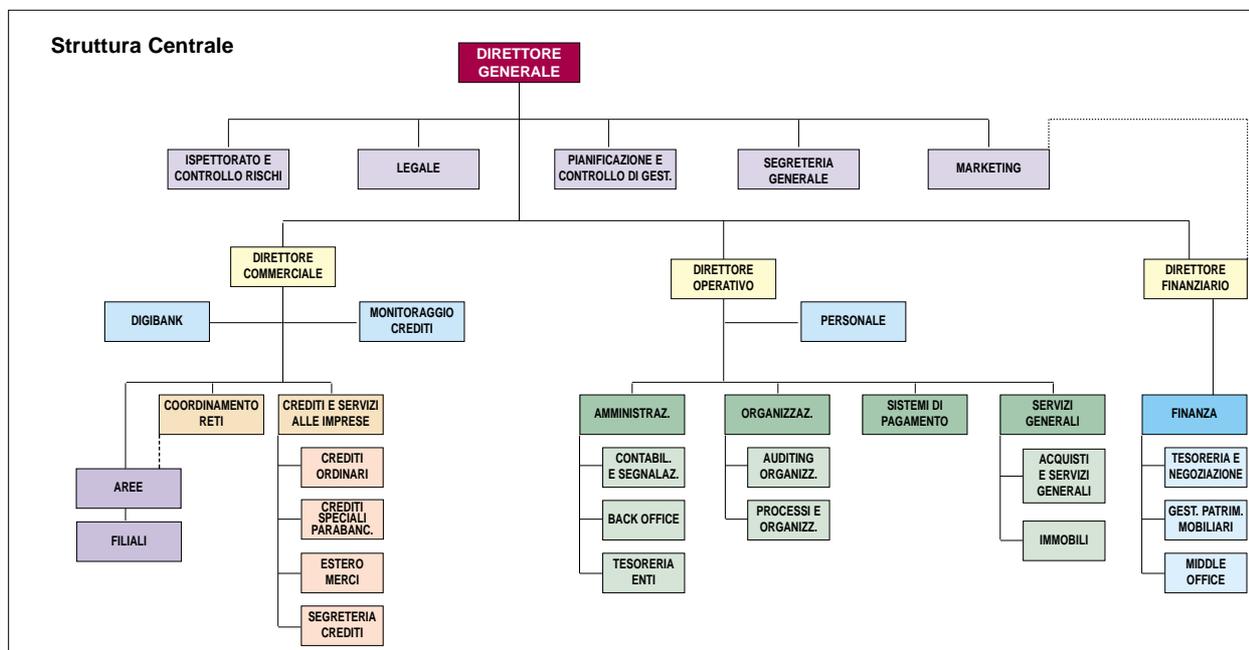
- istituzione della "Funzione Monitoraggio Crediti" con il compito di supportare e coordinare le attività di controllo dei gestori presso la rete e di monitorare il credito a livello centrale;

- ristrutturazione e riorganizzazione della Funzione Ispettorato e Controllo Rischi, con il potenziamento dei "controlli di terzo livello";

- ristrutturazione e potenziamento della Funzione Legale attuata con l'introduzione dei Gestori Incagli.

- riguardo la **struttura periferica**, sono state inaugurate le filiali di Cavallino (LE), presso il Centro Commerciale Carrefour, e di Bisceglie (BA); pertanto, le filiali della Banca al 31 dicembre 2002 hanno raggiunto le 76 unità.

- i **Gestori Imprese** (10 unità) sono deputati a gestire le relazioni con la clientela corporate, cui forniscono consulenza finanziaria per supportare costantemente e con tempestività le esigenze dell'imprenditoria locale medio-grande;
- i **Promotori Interni** (22 unità) sono deputati a migliorare il rapporto con i clienti affluenti, assicurando servizi in linea con esigenze sempre più complesse ed evolute.



## 2.6 Disegno strategico

Nel 2002 è stato rafforzato il Piano Strategico 2001-2004 per rendere più efficace la presenza competitiva della Banca sul territorio, con particolare riguardo alla crescita dimensionale e, di conseguenza, reddituale.

Gli obiettivi strategici della Banca nel Piano 2001-2004 consistono nel:

- conseguire una costante crescita dimensionale, reddituale e di presenza sul territorio, per consolidare le quote di mercato detenute;
- migliorare e snellire la struttura organizzativa aziendale e i processi interni, puntando sulle persone, per poter conseguire i risultati

aziendali attesi e aumentare la soddisfazione dei clienti (interni ed esterni);

- rendere strutturali le occasioni di dialogo partecipativo con tutti gli stakeholders per essere sempre più “Banca del territorio”, responsabile verso la società civile e l’ambiente.

## 2.7 Piano programmatico

Nel Bilancio Sociale del 2001 è stato esposto il Piano Programmatico attraverso il quale realizzare il Disegno Strategico 2001-2004.

Nella tabella della pagina seguente, si offre una valutazione sullo stato di avanzamento di ciascuna politica fissata lo scorso anno.



AREE FUNZIONALI	POLITICHE PROGRAMMATE	STATO DI AVANZAM.
Personale	<ul style="list-style-type: none"> <li>realizzare <b>programmi trasversali di miglioramento</b> e aumentare le capacità commerciali e consulenziali del personale attraverso l'intensificazione delle <b>attività formative</b> e lo sviluppo di uno specifico <b>sistema di incentivazione</b></li> </ul>	***
	<ul style="list-style-type: none"> <li>creare <b>nuove figure</b> di consulenti esperti e specializzati</li> </ul>	***
	<ul style="list-style-type: none"> <li>accrescere il livello qualitativo delle <b>figure professionali esistenti</b></li> </ul>	**
Organizzazione	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>ridisegnare il processo del credito</b> per accelerare i tempi di erogazione e monitorare più efficacemente i rischi creditizi anche per adeguarsi alla normativa di Vigilanza "Basilea II" di prossima emanazione</li> </ul>	**
	<ul style="list-style-type: none"> <li>razionalizzare le <b>logiche distributive</b> per aumentare la corrispondenza tra profilo del professionista interno ed esigenze della clientela</li> </ul>	**
	<ul style="list-style-type: none"> <li>attivare <b>progetti di efficientamento</b> e ridisegno dei compiti allo scopo di evitare sovrapposizioni di ruoli</li> </ul>	**
	<ul style="list-style-type: none"> <li>incrementare il <b>numero di punti vendita</b>, soprattutto in zone non storiche caratterizzate da un elevato grado di interesse</li> </ul>	**
	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>acquistare prodotti innovativi dall'esterno</b> in linea con le esigenze del cliente finale</li> </ul>	*
Finanza	<ul style="list-style-type: none"> <li>garantire lo sviluppo del <b>risparmio gestito</b> nelle nuove zone di operatività</li> </ul>	**
	<ul style="list-style-type: none"> <li>garantire la gestione <b>della liquidità</b> con un <b>basso profilo di rischio</b></li> </ul>	**
Amministrazione	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>ridurre il peso dei processi amministrativi</b> sulla struttura di aree e filiali a vantaggio dello sviluppo commerciale</li> </ul>	**
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>attribuire portafogli clienti alle figure commerciali per assistere le <b>piccole e medie imprese</b> in maniera più efficace</li> </ul>	***
	<ul style="list-style-type: none"> <li>sviluppare e consolidare il <b>ruolo strategico della multi-canalità</b></li> </ul>	**
	<ul style="list-style-type: none"> <li>promuovere un processo di <b>personalizzazione di prodotti e servizi</b></li> </ul>	**
	<ul style="list-style-type: none"> <li>incrementare i risultati commerciali nel settore del <b>credito al consumo</b></li> </ul>	**
	<ul style="list-style-type: none"> <li>sviluppare <b>prodotti finanziari e servizi innovativi</b> alla clientela</li> </ul>	**
	<ul style="list-style-type: none"> <li>sviluppare le relazioni con la clientela puntando su una maggiore <b>differenziazione dell'offerta</b> a privati e imprese</li> </ul>	**
Comunicazione	<ul style="list-style-type: none"> <li>migliorare la <b>comunicazione interna</b>, anche a fini motivazionali</li> </ul>	**
	<ul style="list-style-type: none"> <li>sviluppare una più decisa <b>politica di comunicazione esterna</b>, al fine di promuovere l'immagine dell'Azienda sul territorio e perfezionare gli standard di comunicazione con tutti gli stakeholder attraverso il <b>processo del Bilancio Sociale</b></li> </ul>	**
	<ul style="list-style-type: none"> <li>favorire la conoscenza degli <b>strumenti agevolativi</b> disponibili per sviluppare nuovi progetti di impresa</li> </ul>	**

#### Legenda

\*\*\* politica completamente realizzata

\*\* politica in corso di realizzazione

\* politica realizzata in minima parte o in fase di avvio



## 2.8 Scelte qualificanti

Le principali scelte qualificanti operate dalla Banca Popolare Pugliese nel corso del 2002 sono descritte in relazione ai singoli punti del disegno strategico.

Obiettivi strategici	Scelte qualificanti
<p>Conseguire una costante crescita dimensionale, reddituale e di presenza sul territorio, per consolidare le quote di mercato detenute</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aperte due nuove filiali a Cavallino (LE) e Bisceglie (BA)</li> <li>• Modificato il modulo organizzativo delle Aree Territoriali</li> <li>• Incrementata la gamma e la qualità di prodotti, servizi e canali telematici offerti</li> <li>• Migliorato i servizi di call-center e di Customer Care Digibank</li> <li>• Revisionato il processo del credito per ridurre i tempi di lavorazione per la concessione e il rinnovo degli affidamenti</li> </ul>
<p>Migliorare e snellire la struttura organizzativa aziendale e i processi interni, puntando sulle persone, per poter conseguire i risultati aziendali attesi e aumentare la soddisfazione dei clienti (interni ed esterni)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Innalzata la qualità dei servizi alla clientela di fascia medio-alta con un costante incremento delle competenze tecniche e relazionali delle figure commerciali delle filiali</li> <li>• Elaborato un modello distributivo che combina la tradizionale rete di filiali con gli elementi tipici della banca multicanale</li> <li>• Individuato un modello di riferimento per realizzare un efficiente servizio di sviluppo della consulenza alle imprese, definendo un appropriato programma di realizzazione</li> <li>• Implementati nuovi sistemi di gestione del personale: valutazione delle prestazioni, incentivazione, analisi delle mansioni, principi di politica retributiva</li> <li>• Realizzate due campagne di assessment mirate a individuare risorse destinate alla copertura di ruoli di maggiore responsabilità</li> </ul>
<p>Rendere strutturali le occasioni di dialogo partecipativo con tutti gli stakeholders per essere sempre più "Banca del territorio", responsabile verso la società civile e l'ambiente</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avviata l'attività di rilevazione delle aspettative legittime degli stakeholders</li> <li>• Definito un Piano di Comunicazione Esterna per ridurre le attività episodiche di comunicazione e migliorare gli interventi sul territorio</li> <li>• Avviato il processo di miglioramento della conoscenza del mercato e segmentazione della clientela tramite l'organizzazione di focus group</li> </ul>



parteterza

## Rendiconto

(Produzione e distribuzione del valore)





*Il rendiconto è lo schema volto a fornire i dati relativi al conto economico consolidato, riclassificati in modo da evidenziare:*

- *il processo di formazione del Valore Aggiunto (inteso come differenza tra il valore della produzione e il totale dei consumi);*
- *la distribuzione del Valore Aggiunto tra tutti coloro che, a vario titolo, hanno un rapporto di "scambio" con il Gruppo, cioè le risorse umane, i soci, il sistema Enti ed Istituzioni, la collettività/ambiente ed il sistema impresa per l'accantonamento di risorse necessarie agli investimenti produttivi.*

*Il valore aggiunto così evidenziato rappresenta la capacità della Banca Popolare Pugliese di creare ricchezza e distribuirla tra gli stakeholders di riferimento del contesto sociale in cui essa opera, nel rispetto dell'economicità di gestione.*



- **Dati significativi di gestione**
- **Calcolo del valore aggiunto**



## 3.1 Dati significativi di gestione

### 3.1.1 Financial highlights

	2001	2002	VARIAZIONI	
			Assolute	%
<i>(importi in milioni di Euro)</i>				
<b>TOTALE DELL'ATTIVO</b>	<b>2.052,65</b>	<b>2.199,01</b>	<b>146,36</b>	<b>7,13</b>
<b>RACCOLTA DA CLIENTELA</b> (incluse le operazioni PcT)	<b>3.024,11</b>	<b>3.105,05</b>	<b>80,94</b>	<b>2,68</b>
- <b>Diretta</b> <i>incluse le operazioni PcT e prestito titoli</i>	1.756,10	1.894,47	138,37	7,88
- Conti correnti, depositi, certificati di deposito, obbligazioni	1.555,06	1.671,66	116,60	7,50
- Operazioni PcT	175,29	196,51	21,22	12,11
- Passività Subordinate	25,74	26,30	0,56	2,18
- <b>Indiretta</b>				
- <i>escluse le operazioni PcT</i>	1.268,01	1.210,58	-57,43	-4,53
- <i>incluse le operazioni PcT</i>	1.443,31	1.407,09	-36,22	-2,51
<b>MEZZI AMMINISTRATI</b>	<b>1.944,11</b>	<b>2.095,18</b>	<b>151,07</b>	<b>7,77</b>
- Raccolta diretta da clientela	1.756,10	1.894,47	138,38	7,88
- Debiti verso banche	47,18	56,63	9,46	20,05
- Fondi di terzi in amministrazione	0,34	0,21	-0,13	-38,24
- Patrimonio netto *	133,20	136,32	3,12	2,34
- Utile d'esercizio	7,30	7,55	0,24	3,29
<b>MEZZI AMMINISTRATI + RACCOLTA INDIRETTA</b>	<b>3.212,13</b>	<b>3.305,76</b>	<b>93,63</b>	<b>2,91</b>
<b>CREDITI VERSO CLIENTELA</b>				
- Escluse le operazioni PcT e prestito titoli	874,28	998,35	124,07	14,19
- Incluse le operazioni PcT e prestito titoli	874,28	1.021,06	146,78	16,79
<b>IMPIEGHI FINANZIARI</b>	<b>594,71</b>	<b>521,20</b>	<b>-73,51</b>	<b>-12,36</b>
<b>RAPPORTO IMPIEGHI DA CLIENTELA/RACCOLTA DIRETTA DA CLIENTELA</b>				
- Escluse le operazioni PcT e prestito titoli	55,31%	58,80%	3,49	
- Incluse le operazioni PcT e prestito titoli	49,79%	53,90%	4,11	
<b>MARGINE D'INTERESSE</b>	<b>66,21</b>	<b>65,18</b>	<b>-1,03</b>	<b>-1,56</b>
<b>MARGINE D'INTERMEDIAZIONE</b>	<b>104,78</b>	<b>101,40</b>	<b>-3,38</b>	<b>-3,23</b>
<b>RICAVI NETTI DA SERVIZI **</b>	<b>24,94</b>	<b>25,43</b>	<b>0,49</b>	<b>1,96</b>
<b>SPESE AMMINISTRATIVE</b>	<b>67,45</b>	<b>69,75</b>	<b>2,30</b>	<b>3,41</b>
<b>RISULTATO LORDO DI GESTIONE</b>	<b>37,33</b>	<b>31,65</b>	<b>-5,68</b>	<b>-15,22</b>
<b>UTILE D'ESERCIZIO</b>	<b>7,30</b>	<b>7,55</b>	<b>0,25</b>	<b>3,42</b>

\* *Incluso Fondo Rischi Bancari Generali ed escluso utile netto d'esercizio*

\*\* *Inclusi dividendi su partecipazioni azionarie*

### **3.1.2 Indici gestionali**

Elenchiamo i principali indicatori che tratteremo nelle pagine seguenti.

#### **A. Indici di efficienza del personale**

*Impieghi a clientela (al lordo delle svalutazioni) / Numero dipendenti*

*Raccolta da clientela (escluse operazioni PcT) / Numero dipendenti*

*Spese per il personale / Margine d'intermediazione*

*Margine d'intermediazione / Dipendenti medi*

*Risultato lordo / Dipendenti medi*

#### **B. Indici patrimoniali**

*Patrimonio / Impieghi al lordo delle svalutazioni*

*Patrimonio / Raccolta da clientela (escluse operazioni PcT)*

#### **C. Indicatori di profilo reddituale**

*R.O.E. (Return on Equity)*

*R.O.A. (Return on Asset)*

*Margine d'interesse / Fondi intermediati*

*Margine d'intermediazione / Fondi intermediati*

*Ricavi netti da servizi / Margine d'intermediazione*

*Spese amministrative / Margine d'intermediazione*

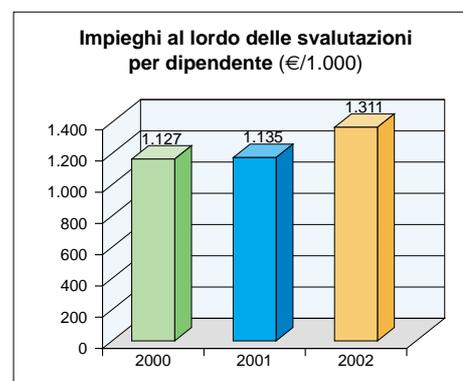


## A. Indici di efficienza del personale

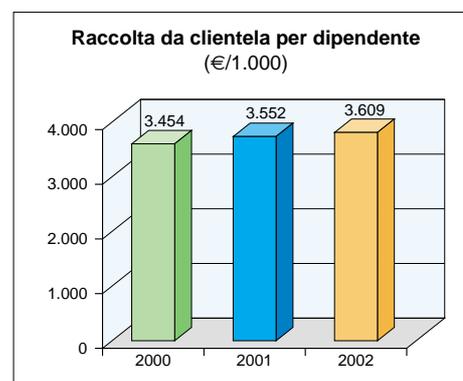
Gli indici di efficienza del personale, rapportati alle masse gestite, proseguono l'andamento positivo degli anni precedenti, mettendo in evidenza la continua attività di razionalizzazione delle risorse centrali e periferiche.

Gli indicatori economici, invece, hanno risentito negativamente dell'incremento delle spese, del decremento del margine d'intermediazione e del risultato lordo di gestione.

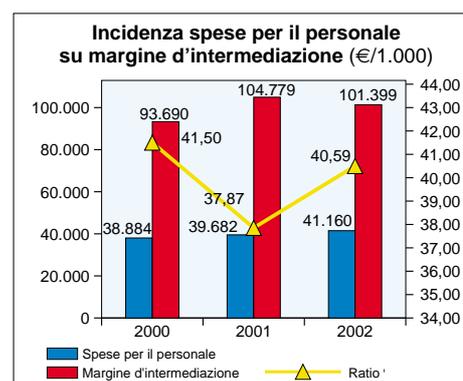
Impieghi a clientela / Numero dipendenti (€ / 1.000)			
	Impieghi a clientela (al lordo delle svalutazioni e al netto del prestito titoli)	Numero Dipendenti Medi	Ratio
2000	910.408	808	1.127
2001	909.907	802	1.135
2002	1.056.981	806	1.311

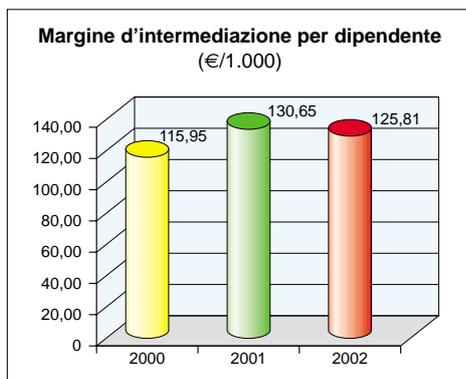


Raccolta da clientela / Numero dipendenti (€ / 1.000)			
	Raccolta da clientela (escluse operazioni PCT e prestito titoli)	Numero Dipendenti Medi	Ratio
2000	2.790.824	808	3.454
2001	2.848.872	802	3.552
2002	2.908.593	806	3.609



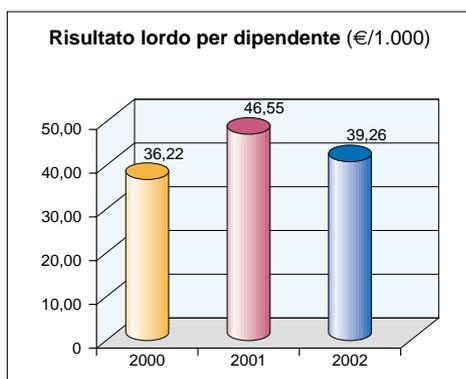
Spese per il personale / Margine d'intermediazione (€ / 1.000)			
	Spese per il personale	Margine d'intermedia- zione	Ratio %
2000	38.884	93.690	41,50
2001	39.682	104.779	37,87
2002	41.160	101.399	40,59





**Margine d'intermediazione / Dipendenti medi**  
(€ / 1.000)

	Margine d'intermediazione	Numero Dipendenti Medi	Ratio %
<b>2000</b>	93.690	808	115,95
<b>2001</b>	104.779	802	130,65
<b>2002</b>	101.399	806	125,81



**Risultato lordo / Dipendenti medi**  
(€ / 1.000)

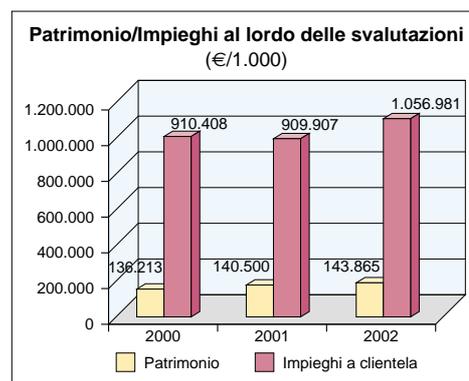
	Risultato lordo	Numero Dipendenti Medi	Ratio %
<b>2000</b>	29.269	808	36,22
<b>2001</b>	37.333	802	46,55
<b>2002</b>	31.647	806	39,26



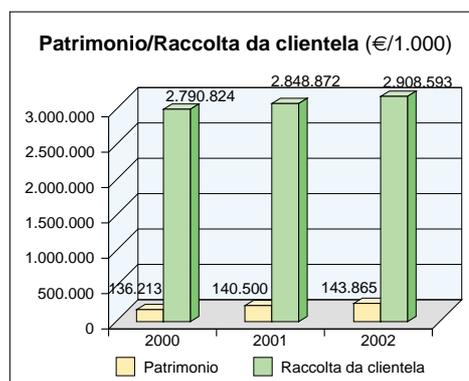
## B. Indici patrimoniali

L'incremento del patrimonio aziendale riavviene dall'effetto combinato della destinazione a riserva di parte dell'utile di esercizio 2001 e dalla ricostituzione, per la terza di cinque quote, della riserva legale diminuita nell'anno 2000 a seguito di una operazione di cartolarizzazione. Prosegue quindi il trend positivo del patrimonio netto avviatosi nell'anno precedente dopo un triennio di sostanziale stabilità.

Patrimonio / Impieghi a clientela			
(€ / 1.000)			
	Patrimonio (incluso Fondo Rischi Bancari Generali)	Impieghi lordi (al netto del prestito titoli)	Ratio %
<b>2000</b>	136.213	910.408	14,96
<b>2001</b>	140.500	909.907	15,44
<b>2002</b>	143.865	1.056.981	13,61



Patrimonio / Raccolta da clientela			
(€ / 1.000)			
	Patrimonio (incluso F.do Rischi Bancari Generali)	Raccolta da clientela (escluse operazioni PcT e prestito titoli)	Ratio %
<b>2000</b>	136.213	2.790.824	4,88
<b>2001</b>	140.500	2.848.872	4,93
<b>2002</b>	143.865	2.908.593	4,95

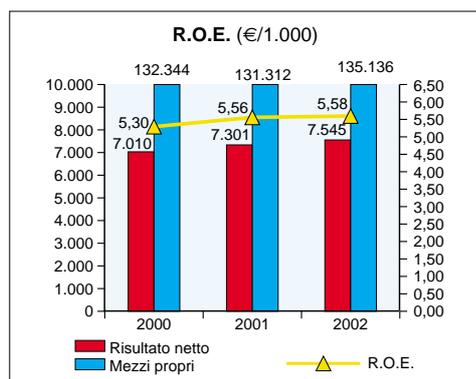




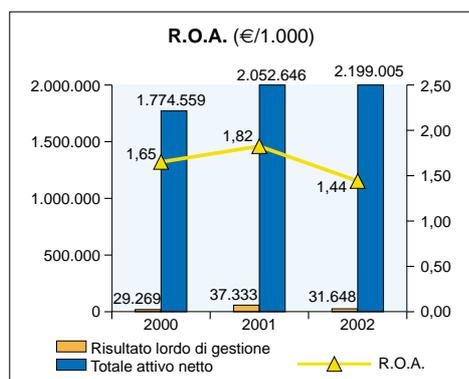
## C. Indicatori di profilo reddituale

L'efficienza reddituale complessiva mostra un soddisfacente andamento con una sostanziale stabilità della redditività dei mezzi propri e una lieve riduzione della redditività dell'attivo netto.

All'incremento delle spese amministrative e alla riduzione del margine d'intermediazione, dovuto soprattutto al minor contributo degli investimenti finanziari, si contrappone l'aumento dei ricavi netti da servizi.



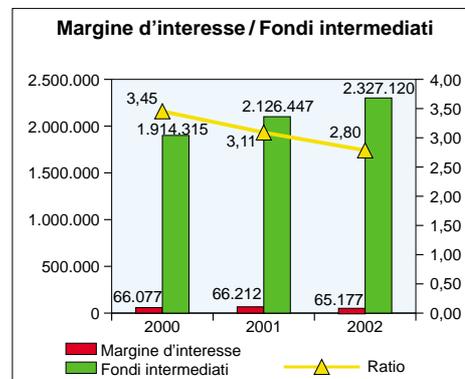
R.O.E. (Return on Equity)			
(€ / 1.000)			
	Risultato netto	Mezzi propri all'inizio dell'anno	Ratio %
<b>2000</b>	7.010	132.344	5,30
<b>2001</b>	7.301	131.312	5,56
<b>2002</b>	7.545	135.136	5,58



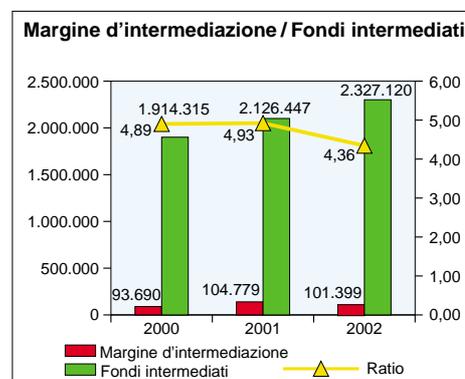
R.O.A. (Return on Asset)			
(€ / 1.000)			
	Risultato lordo di gestione	Totale attivo netto (escluso prestito titoli)	Ratio %
<b>2000</b>	29.269	1.774.559	1,65
<b>2001</b>	37.333	2.052.646	1,82
<b>2002</b>	31.648	2.199.005	1,44



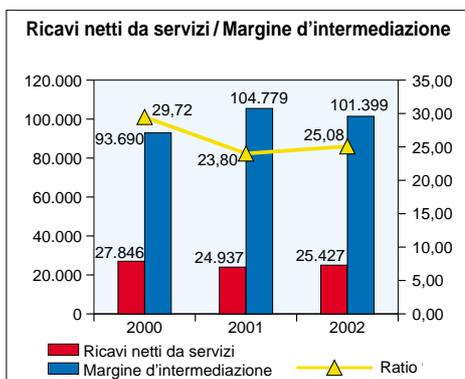
Margine d'interesse / Fondi intermediati			
(€ / 1.000)			
	Margine d'interesse	Fondi intermediati	Ratio %
2000	66.077	1.914.315	3,45
2001	66.212	2.126.447	3,11
2002	65.177	2.327.120	2,80



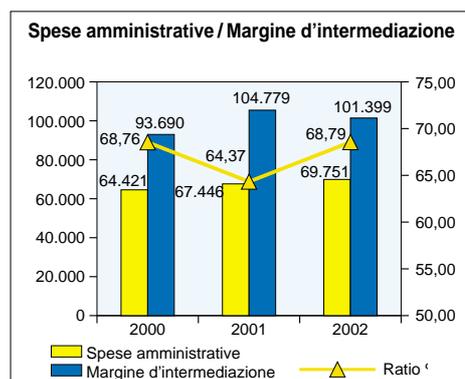
Margine d'intermediazione / Fondi intermediati			
(€ / 1.000)			
	Margine d'intermediazione	Fondi intermediati	Ratio %
2000	93.690	1.914.315	4,89
2001	104.779	2.126.447	4,93
2002	101.399	2.327.120	4,36



Ricavi netti da servizi / Margine d'intermediazione			
(€ / 1.000)			
	Ricavi netti da servizi	Margine d'intermediazione	Ratio %
2000	27.846	93.690	29,72
2001	24.937	104.779	23,80
2002	25.427	101.399	25,08



Spese amministrative / Margine d'intermediazione			
(€ / 1.000)			
	Spese Amministrative	Margine d'intermediazione	Ratio %
2000	64.421	93.690	68,76
2001	67.446	104.779	64,37
2002	69.751	101.399	68,79





## 3.2 Calcolo del valore aggiunto

### 3.2.1 Conto economico della produzione del valore aggiunto e della sua distribuzione

Questa sezione garantisce la misurabilità e la comparabilità dei

dati utilizzati, in quanto assunti direttamente dal Bilancio di esercizio, redatto nel rispetto delle norme civilistiche e verificato dagli organi di controllo, e rappresenta l'anello di congiunzione tra i dati economico-finanziari e la rendicontazione sociale.

CONTO ECONOMICO SINTETICO DELLA PRODUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO							
(€/1.000)	2000	2001	Variazioni		2002	Variazioni	
			assolute	%		assolute	%
<b>RICAVI:</b>							
Interessi attivi, commissioni attive e altri ricavi	137.525	147.854	10.329	7,51	142.778	-5.076	-3,43
<b>1. Totale produzione lorda</b>	<b>137.525</b>	<b>147.854</b>	<b>10.329</b>	<b>7,51</b>	<b>142.778</b>	<b>-5.076</b>	<b>-3,43</b>
<b>CONSUMI:</b>							
Interessi passivi, commissioni passive, perdite da operazioni finanziarie e altri oneri di gestione	-43.835	-43.075	760	-1,73	-41.380	1.695	-3,93
Altre spese amministrative	-19.908	-21.620	-1.712	8,60	-22.495	-875	4,05
Rettifiche/riprese di valori su crediti, immobilizzazioni e altri accantonamenti	-8.565	-15.033	-6.468	75,52	-9.305	5.728	-38,10
<b>2. Totale consumi</b>	<b>-72.308</b>	<b>-79.728</b>	<b>-7.420</b>	<b>10,26</b>	<b>-73.180</b>	<b>6.548</b>	<b>-8,21</b>
<b>3. Valore aggiunto caratteristico lordo</b>	<b>65.217</b>	<b>68.126</b>	<b>2.909</b>	<b>4,46</b>	<b>69.598</b>	<b>1.472</b>	<b>2,16</b>
Componenti straordinari	581	-653	-1.234	-212,39	-1.333	-680	104,13
<b>4. Valore aggiunto globale lordo</b>	<b>65.798</b>	<b>67.473</b>	<b>1.675</b>	<b>2,55</b>	<b>68.265</b>	<b>792</b>	<b>1,17</b>
Ammortamenti	-5.108	-5.066	42	-0,82	-4.914	152	-3,00
<b>5. Valore aggiunto globale netto</b>	<b>60.690</b>	<b>62.407</b>	<b>1.717</b>	<b>2,83</b>	<b>63.351</b>	<b>944</b>	<b>1,51</b>
Costo del personale non dipendente *							
- diretto	-743	-958	-215	28,94	-854	104	-10,86
Costo del personale dipendente							
- diretto	-30.275	-31.006	-731	2,41	-32.248	-1.242	4,01
- indiretto	-8.609	-8.676	-67	0,78	-8.912	-236	2,72
Elargizioni e liberalità	-649	-653	-4	0,62	-592	61	-9,34
Imposte e tasse indirette e patrimoniali	-4.237	-4.533	-296	6,99	-4.650	-117	2,58
<b>6. Risultato prima delle imposte</b>	<b>16.177</b>	<b>16.581</b>	<b>404</b>	<b>2,50</b>	<b>16.095</b>	<b>-486</b>	<b>-2,93</b>
Variazione del Fondo per rischi bancari generali	-	-730	-730	-	-	730	100,00
Imposte sul reddito d'esercizio	-9.167	-8.550	617	-6,73	-8.550	-	-
<b>7. Risultato d'esercizio</b>	<b>7.010</b>	<b>7.301</b>	<b>291</b>	<b>4,15</b>	<b>7.545</b>	<b>244</b>	<b>3,34</b>

\* La voce comprende i costi per lavoratori interinali, collaboratori coordinati e continuativi e organi sociali.



DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO							
(€/1.000)	2000	2001	Variazioni		2002	Variazioni	
			assolute	%		assolute	%
<b>1. RICAVI</b>	<b>137.525</b>	<b>147.854</b>	<b>10.329</b>	<b>7,51</b>	<b>142.779</b>	<b>-5.076</b>	<b>-3,43</b>
<b>2. CONSUMI</b>	<b>-72.308</b>	<b>-79.728</b>	<b>-7.420</b>	<b>10,26</b>	<b>-73.180</b>	<b>6.548</b>	<b>-8,21</b>
+/- COMPONENTI STRAORDINARI	581	-653	-1.234	-212,39	-1.334	-680	104,13
<b>3. VALORE AGGIUNTO GLOBALE</b>	<b>65.798</b>	<b>67.473</b>	<b>1.675</b>	<b>2,55</b>	<b>68.265</b>	<b>792</b>	<b>1,17</b>
Ripartito tra:							
<b>A. SOCI</b>							
Dividendi distribuiti ai Soci (privati)	4.900	5.364	463	9,46	5.394	30	0,55
	<b>4.900</b>	<b>5.364</b>	<b>463</b>	<b>9,46</b>	<b>5.394</b>	<b>30</b>	<b>0,55</b>
<b>B. RISORSE UMANE</b>							
Costo del personale non dipendente:							
- diretto	743	958	215	28,94	854	-104	-10,86
- quote di riparto di reddito	189	197	8	4,15	204	7	3,34
Costo del personale dipendente:							
- diretto	30.275	31.006	731	2,41	32.248	1.242	4,01
- indiretto (oneri sociali)	8.609	8.676	67	0,78	8.912	236	2,72
	<b>39.816</b>	<b>40.837</b>	<b>1.021</b>	<b>2,56</b>	<b>42.218</b>	<b>1.381</b>	<b>3,38</b>
<b>C. SISTEMA ENTI / ISTITUZIONI (STATO)</b>							
Imposte e tasse indirette e patrimoniali	4.237	4.533	296	6,99	4.650	117	2,58
Imposte sul reddito d'esercizio	9.167	8.550	-617	-6,73	8.550	-	-
di cui:							
Amministrazione centrale	10.237	9.713	-524	-5,12	9.926	213	2,19
Autonomie locali	3.167	3.370	203	6,41	3.274	-96	-2,84
	<b>13.404</b>	<b>13.083</b>	<b>-321</b>	<b>-2,39</b>	<b>13.200</b>	<b>117</b>	<b>0,89</b>
<b>D. COLLETTIVITÀ / AMBIENTE</b>							
Beneficenza per destinazione utili d'esercizio	181	180	-1	-0,42	180	-	-
Liberalità esterne	649	653	4	0,62	592	-61	-9,34
	<b>830</b>	<b>833</b>	<b>3</b>	<b>0,39</b>	<b>772</b>	<b>-61</b>	<b>-7,32</b>
<b>E. SISTEMA IMPRESA</b>							
Riserve non distribuite e Variazione del F.do Rischi bancari gen.	1.740	2.290	550	31,64	1.767	-522	-22,82
Ammortamenti	5.108	5.066	-42	-0,82	4.914	-152	-3,00
	<b>6.848</b>	<b>7.356</b>	<b>508</b>	<b>7,42</b>	<b>6.681</b>	<b>-674</b>	<b>-9,17</b>
<b>VALORE AGGIUNTO LORDO</b>	<b>65.798</b>	<b>67.473</b>	<b>1.675</b>	<b>2,55</b>	<b>68.265</b>	<b>792</b>	<b>1,17</b>

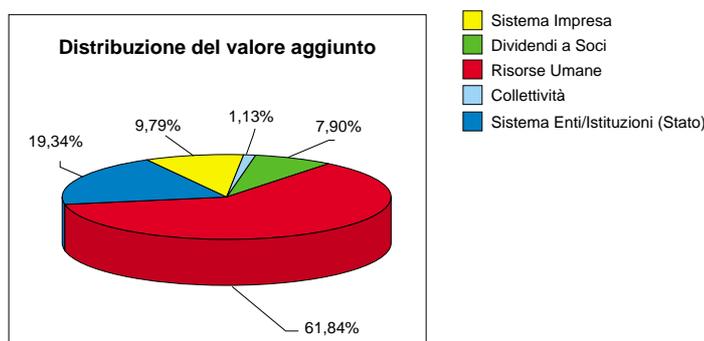
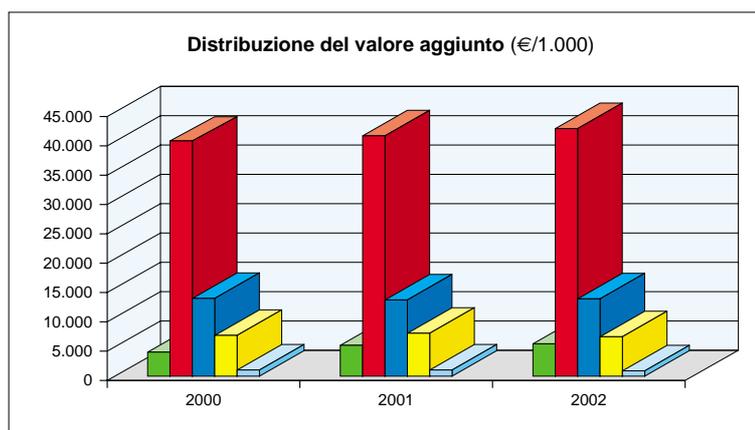




I dati dell'esercizio 2002 evidenziano che:

- il 61,84% del valore aggiunto è attribuito al personale dipendente (salari 29,5 milioni di euro, oneri sociali 8,9 milioni, TFR 2,7 milioni) e non dipendente (compensi 1,06 milioni di euro);
- il 7,90% complessivo è attribuito agli azionisti sotto forma di dividendi (5,4 milioni di euro);
- il 9,79% (6,7 milioni di euro) è di pertinenza del sistema impresa: si tratta di ammortamenti e accantonamenti a riserve che, nel migliorare il grado di patrimonializzazione della Banca, garantiscono un'autonomia societaria e gestionale e consentono di investire in progetti di miglioramento futuro;
- il 19,34% (13,2 milioni di euro) è attribuito al sistema Stato sotto forma di imposte e tasse;
- l'1,13% (0,8 milioni di euro) è assegnato alla collettività per finalità filantropiche sotto forma di liberalità esterne ed altre iniziative a scopo socio-culturale.

L'anno 2002 ha fatto registrare, rispetto all'esercizio precedente, un incremento del valore aggiunto lordo complessivamente prodotto dell'1,17%, pari a 800 mila euro.





parte quarta

## Relazione sociale





*La relazione sociale analizza i diversi aspetti dello “scambio” sociale tra la Banca Popolare Pugliese e il contesto in cui opera. Essa rappresenta:*

- *il rendiconto del modo in cui la Banca si presenta ai propri dipendenti con un'unica identità di stile e di comportamento;*
- *le interazioni che la Banca vive quotidianamente con i propri interlocutori esterni, che esprimono e rappresentano il contesto sociale.*

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



- **Risorse Umane**
- **Azionisti / Soci**
- **Clienti**
- **Fornitori**
- **Altre Banche / Istituzioni**
- **Stato / Autonomie locali**
- **Collettività**
  - **Persone**
  - **Ambiente**
  - **Media**
  - **Comunità virtuale**



## 4.1 Banca e Risorse Umane

### 4.1.1 Obiettivi

La Banca Popolare Pugliese ha assunto la salvaguardia dell'integrità fisica e culturale dei suoi dipendenti tra i valori cardine che caratterizzano la sua missione.

Le risorse umane sono considerate la leva principale per:

- realizzare gli obiettivi strategici e i piani operativi di breve e medio periodo;
- consolidare il rapporto con il mercato e gli stakeholders;
- alimentare il vantaggio competitivo rispetto ai concorrenti.

Impegni nei confronti delle risorse umane
<p><i>Novità significative:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementati i seguenti sistemi già progettati negli anni precedenti: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Valutazione delle prestazioni</li> <li>– Analisi delle mansioni</li> <li>– Sistemi di incentivazione</li> </ul> </li> <li>• Progettazione e realizzazione di ulteriori sistemi gestionali: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Valutazione del potenziale (assessment)</li> <li>– Principi di politica retributiva</li> </ul> </li> </ul>

Natura giuridica dei rapporti con le risorse umane			
	2000	2001	2002
Dipendenti	804	799	809
Collaboratori coordinati e continuativi	–	27	32
<b>Totale al 31 dicembre</b>	<b>804</b>	<b>826</b>	<b>841</b>
Lavoratori interinali utilizzati nell'anno	12	53	42

Politiche del personale
<p><i>Principali orientamenti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Specializzazione delle competenze professionali</li> <li>• Attribuzione di maggiori autonomie operative</li> <li>• Decentramento di poteri e responsabilità</li> </ul>

La ricerca continua del dialogo partecipativo tra tutti i dipendenti contribuisce alla diffusione e alla condivisione del sistema dei valori aziendali, orientati al raggiungimento di obiettivi di profitto che possono conciliarsi con le istanze di carattere etico-sociale provenienti dalla comunità di riferimento.

### 4.1.2 Composizione del personale

Le risorse umane in servizio al 31 dicembre 2002 sono pari a 809 unità, oltre a 32 collaboratori coordinati e continuativi.

La consistenza del personale dipendente si è incrementata dell'1,25% (10 unità) rispetto al 2001. Più rilevante è stato l'incremento della componente "lavoro parasubordinato" passata a 40 unità. In leggera flessione il ricorso a contratti di fornitura di lavoro temporaneo di cui 25 unità in part-time.



#### 4.1.3 Politica delle assunzioni

Le assunzioni nel 2002 sono state 28, 10 in più rispetto al 2001.

Assunzioni		
Dirigenti Direttore Finanza	1	1
Quadri direttivi Responsabili di filiale Vice Direttore di filiale Consulente Corporate	2 1 1	4
Aree professionali Persone destinate a nuove filiali/sostituzione personale in uscita	23	23
<b>Totale</b>		<b>28</b>

L'assunzione di nuovo personale è stata valutata considerando i seguenti aspetti:

- il disegno strategico aziendale e i piani di sviluppo;
- le necessità di ricambio generazionale e di arricchimento del patrimonio di competenze complessive;

Selezione e assunzione di personale dipendente		
	2001	2002
Numero di curricula pervenuti	1.727	1.641
Numero di colloqui	123	89
con personale qualificato	65	43
con neolaureati e neodiplomati	58	46
Numero di assunzioni di personale dipendente	18	28

- le esigenze di controllo e riqualificazione del costo complessivo del personale.

Nel caso di assunzioni di persone con incarichi di responsabilità, sono stati ponderati attentamente l'arricchimento culturale e professionale legato all'acquisizione di personale esterno con l'impatto motivazionale e la possibile valorizzazione professionale delle risorse interne.

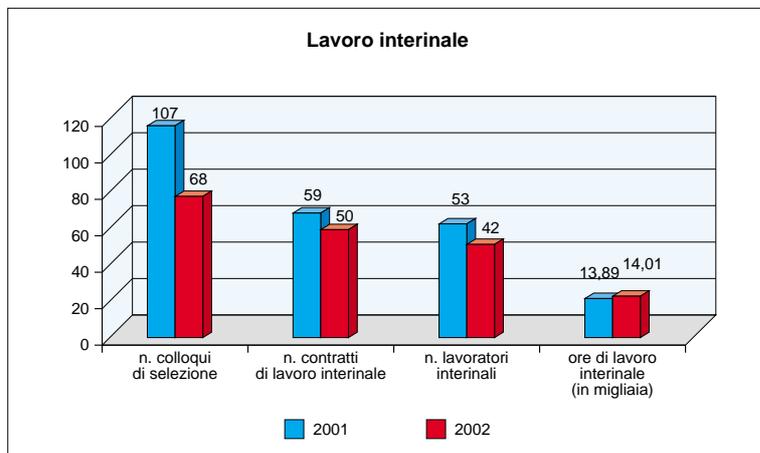
L'attività di selezione è stata particolarmente intensa anche nel 2002 ed è avvenuta secondo le modalità adottate negli anni precedenti e nel pieno rispetto del **Codice Etico** aziendale.

I colloqui vengono effettuati previa accurata selezione dei curricula ricevuti e in occasione di effettive esigenze aziendali.

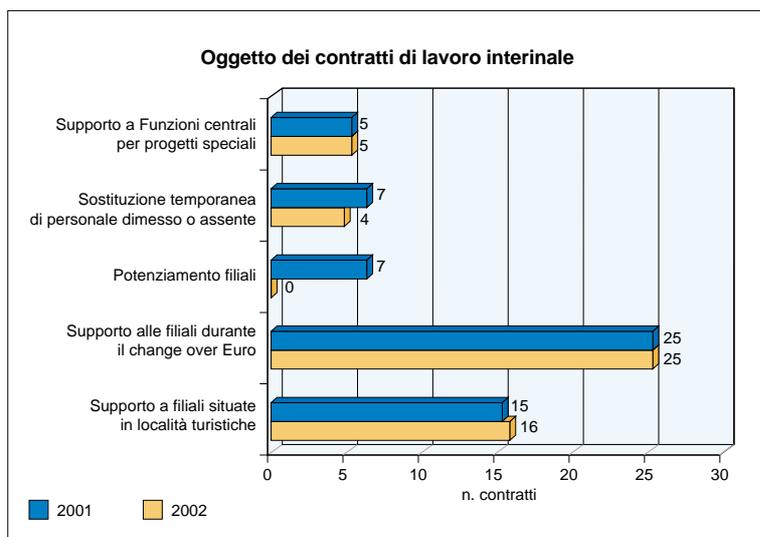
#### 4.1.4 Lavoratori interinali e collaborazioni coordinate e continuative

Anche nel 2002 la Banca ha attinto dal mercato dei lavoratori interinali per soddisfare esigenze di carattere transitorio: sono stati sottoscritti 50 contratti con 42 lavoratori interinali, facendo ricorso soprattutto a personale selezionato negli anni precedenti.





Per il potenziamento della rete di assistenti alla clientela ci si è avvalsi di collaborazioni coordinate e continuative. L'attività di reclutamento è stata effettuata utilizzando il canale Internet (80%). Sono stati compilati 830 form nell'anno e sono stati contattati a mezzo posta elettronica 350 candidati, di cui 120 tra neo iscritti agli albi dei promotori finanziari.



L'attività di pre-selezione è sfociata in 109 colloqui individuali che ha permesso di individuare 30 soggetti, invitati a corsi di formazione e selezione, al termine dei quali sono stati sottoscritti 7 contratti di collaborazione coordinata e continuativa.

#### 4.1.5 Consistenza del personale

Di seguito sono riportate alcune tabelle relative alla consistenza del personale della Banca al 31 dicembre 2002.

Suddivisione del personale per fasce d'età						
Fascia d'età	2000		2001		2002	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
< anni 30	25	20	28	16	24	13
da 30 a 35 anni	91	52	76	53	59	52
da 36 a 40 anni	119	47	108	45	113	45
da 41 a 45 anni	103	49	117	49	107	55
da 46 a 50 anni	126	18	112	24	118	25
> anni 50	144	10	159	12	182	16
<b>Totale</b>	<b>608</b>	<b>196</b>	<b>600</b>	<b>199</b>	<b>603</b>	<b>206</b>



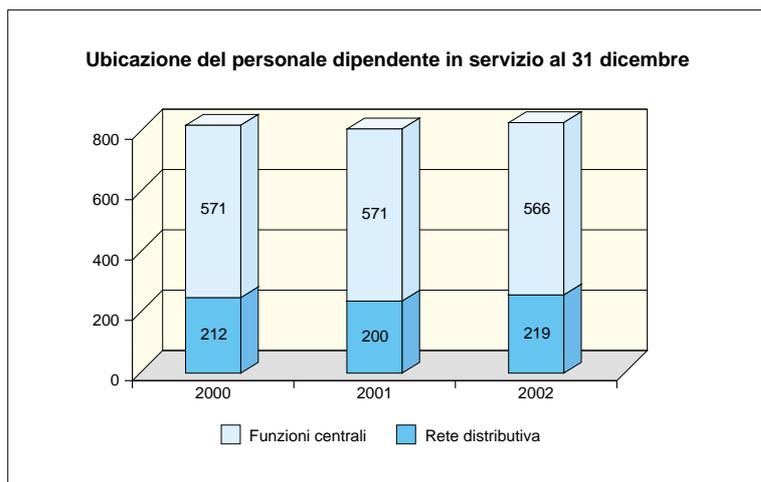
Il 64,9% dei dipendenti è diplomato  
e il 27,32% è laureato.

Titolo di studio dei dipendenti per qualifica professionale										
Titolo di studio	1° e 2° area		3° area professionale		Quadri Direttivi		Dirigenti		TOTALE	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Laurea	–	–	96	59	55	3	8	–	159	62
Diploma di laurea	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Diploma	7	3	277	126	93	10	9	–	386	139
Licenza elementare	30	4	28	–	–	–	–	–	58	4
Licenza media	–	1	–	–	–	–	–	–	–	1
<b>Totale</b>	<b>37</b>	<b>8</b>	<b>401</b>	<b>185</b>	<b>148</b>	<b>13</b>	<b>17</b>	<b>–</b>	<b>603</b>	<b>206</b>

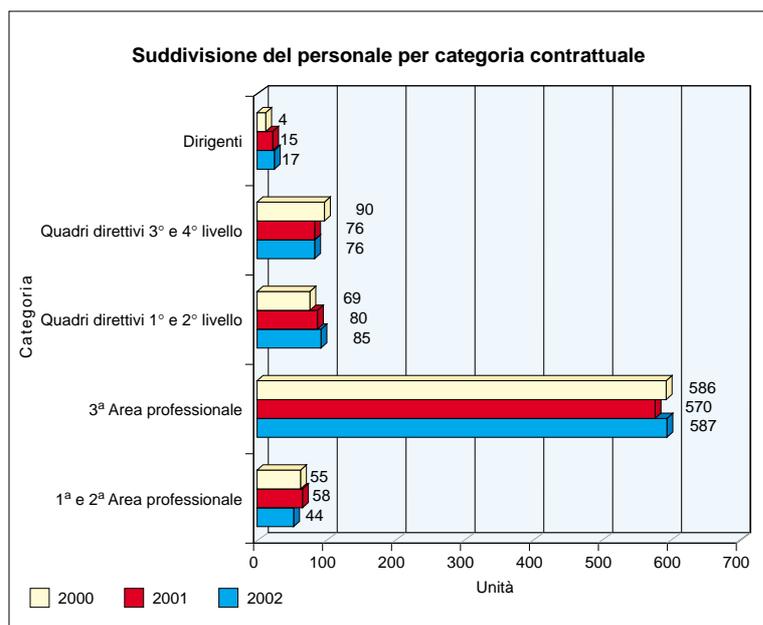
Suddivisione del personale per inquadramento				
Qualifica		2000	2001	2002
		Dirigenti	Uomini	4
	Donne	–	–	–
Quadri direttivi 3° e 4° livello	Uomini	89	75	75
	Donne	1	1	1
Quadri direttivi 1° e 2° livello	Uomini	62	70	73
	Donne	7	10	12
3° area professionale	Uomini	404	390	401
	Donne	182	180	186
1° e 2° area professionale	Uomini	49	50	37
	Donne	6	8	7
<b>Totale</b>		<b>804</b>	<b>799</b>	<b>809</b>

Suddivisione del personale per anzianità di servizio										
Periodo di servizio	1° e 2° area		3° area		Quadri Direttivi		Dirigenti		TOTALE	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
< 5 anni	6	3	34	22	13	1	6	–	59	26
da 6 a 10 anni	–	–	31	23	3	–	–	–	34	23
da 10 a 15 anni	4	2	105	56	11	2	–	–	120	60
da 15 a 20 anni	10	2	69	32	27	–	5	–	111	34
da 20 a 25 anni	14	–	101	38	31	4	3	–	149	42
oltre 25 anni	3	–	61	15	63	6	3	–	130	21
<b>Totale</b>	<b>37</b>	<b>7</b>	<b>401</b>	<b>186</b>	<b>148</b>	<b>13</b>	<b>17</b>	<b>–</b>	<b>603</b>	<b>206</b>

Al 31 dicembre, il personale in servizio è utilizzato nel seguente modo:



La quasi totalità del personale (98,29%) è assunta con contratto a tempo indeterminato, ad eccezione di 14 unità che hanno un contratto di formazione e lavoro.



Suddivisione del personale dipendente per tipologia di contratto			
	2000	2001	2002
<b>A tempo indeterminato</b>	<b>796</b>	<b>789</b>	<b>795</b>
<i>a tempo pieno</i>	751	737	740
<i>a tempo parziale con scadenza predeterminata</i>	27	39	39
<i>a tempo parziale senza scadenza predeterminata</i>	18	13	16
<b>Formazione e lavoro</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	<b>14</b>
<b>Totale</b>	<b>804</b>	<b>799</b>	<b>809</b>

#### 4.1.6 Turnover

Turnover del personale			
	2000	2001	2002
<b>Dipendenti al 1° gennaio</b>	<b>815</b>	<b>804</b>	<b>799</b>
<b>Uscite</b>	<b>-19</b>	<b>-23</b>	<b>-18</b>
<i>per dimissioni</i>	-12	-10	-5
<i>per esodo incentivato</i>	-6	-11	-9
<i>per risoluzione consens.</i>	-	-1	-
<i>per licenziamento</i>	-1	-	-
<i>per raggiunti limiti d'età</i>	-	-1	-4
<b>Assunzioni</b>	<b>8</b>	<b>18</b>	<b>28</b>
<b>Dipendenti al 31 dicembre</b>	<b>804</b>	<b>799</b>	<b>809</b>

#### 4.1.7 Valorizzazione del potenziale

Sulla scorta di quanto emerso dall'analisi del clima aziendale svolta nel 2001, la Banca ha realizzato nel 2002 due **campagne di valutazione del potenziale**:

- campagna di valutazione riservata a risorse segnalate dai propri capi come idonee a ricoprire ruoli di maggiore responsabilità;
- campagna di valutazione riservata a volontari che, ritenendo di avere delle potenzialità, si sono autocandidati.

##### Valutazione del potenziale

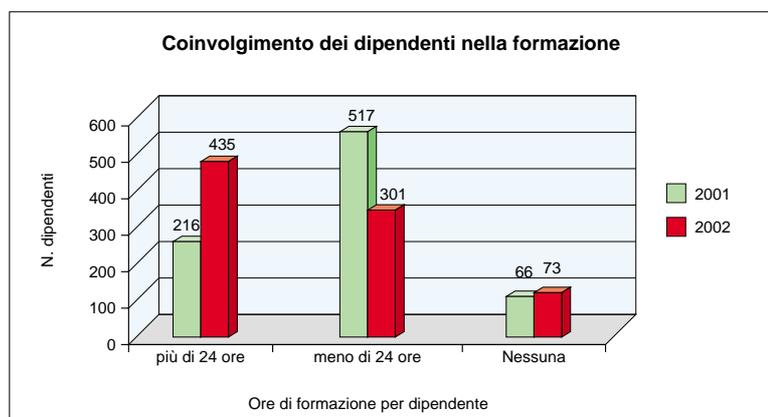
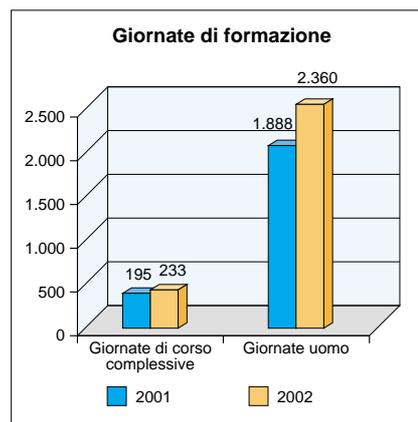
Sono state sottoposte ad assessment 53 persone, per ognuna delle quali, in fase di colloquio di feed back, è stato concordato un piano di sviluppo sia in termini di formazione che di esperienze nuove.

L'iniziativa ha rappresentato un importante momento di incontro tra azienda e singole persone, con l'obiettivo finale di far ricoprire ad ogni risorsa il ruolo più congeniale per capacità e potenzialità possedute.

#### 4.1.8 Formazione

In tema di formazione, il 2002 è stato un anno di forte impegno per la Banca, sia in termini quantitativi che di contenuti.

Le giornate di corso hanno interessato il 91% del personale e sono state complessivamente 233, per un totale di 2360 giornate uomo, di cui 68 fuori dall'orario lavorativo.





Ore di formazione per materia	
Comunicazione	8.248
Crediti	2.522
Organizzazione	1.644
Management	1.444
Marketing	1.302
Procedure	1.016
Sviluppo Personale	976
Finanza	770
Contabilità	608
Legale	108
Sicurezza sul lavoro	82
Commerciale	56
Fiscale	56
Amministrazione	48
Coordinamento reti	16
Pianificazione e Controllo di gestione	16
Sistemi di pagamento	16
<b>Totale</b>	<b>18.928</b>

Materie e contenuti dell'attività formativa		
MATERIE	PERSONALE COINVOLTO	CONTENUTI DELL'ATTIVITÀ
AREA CREDITI	Responsabili di filiale, addetti fidi di area e di filiale	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Completamento dell'attività formativa inerente la gestione del rischio di credito</li> <li>- Aggiornamento sull'offerta mutui, in particolare sull'accordo Abbey National Bank</li> <li>- Corso sulla fiscalità d'impresa</li> <li>- Corso sull'analisi automatica per la centrale rischi</li> </ul>
AREA COMMERCIALE	Promotori interni	- Corso di formazione per formatori di personale al front office
	Operatori di sportello	- Formazione, da parte dei promotori interni neo formatori, rivolta a 170 operatori di sportello sugli aspetti relazionali e comportamentali e su prodotti e servizi
	Addetti commerciali	- Aggiornamento sulla vendita dei prodotti finanziari e sulla comunicazione telefonica
AREA QUALITA' E COMUNICAZIONE	Tutto il personale di direzione, compresi i responsabili	- Corso per il miglioramento della qualità del servizio fornito e della comunicazione
CONTABILITA'	Personale delle funzioni centrali	- Interventi pomeridiani organizzati dalla Funzione Amministrazione su contabilità generale e operazioni in titoli
MANAGEMENT	Gestori di risorse	- Corso per migliorare la gestione e la valorizzazione dei collaboratori
	Responsabili di nuova nomina	- Corso sul sistema di valutazione delle prestazioni
NORMATIVA	Personale di filiale (200 unità)	- Reso disponibile on-line il corso ABI sulle norme antiriciclaggio
	Personale di filiale (100 unità)	- Formazione sulla nuova disciplina sanzionatoria sugli assegni bancari

Le attività suddette si sono svolte sia presso il centro di formazione di Matino in via F. Filzi sia in altre aule opportunamente attrezzate in alcune sedi (Lecce, S. Pietro Vernotico, Bari), al fine di limitare gli spostamenti dei partecipanti. Come negli anni precedenti, la Banca ha cercato, per quanto

riguarda i docenti, di far ricorso a personale interno, ritenendo le professionalità interne valide e maggiormente efficaci.

Parte del personale degli uffici di direzione ha frequentato anche corsi specialistici esterni.



#### 4.1.9 Sistemi di remunerazione

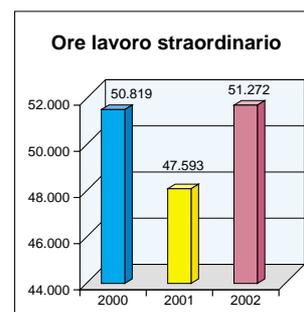
La struttura della retribuzione è composta da una parte “fissa”, di

derivazione contrattuale collettiva, e una parte “variabile” correlata al raggiungimento di obiettivi di budget.

Spese per il personale	2000	2001	2002
<b>Totale in migliaia di euro</b>	<b>38.884</b>	<b>39.682</b>	<b>41.160</b>
Salari e stipendi	27.697	28.410	29.519
Oneri sociali	8.609	8.676	8.912
Trattamento di fine rapporto	2.578	2.596	2.729

L'incremento complessivo annuo del costo del lavoro è stato pari al 3,72%: tale crescita è da mettere in relazione soprattutto agli aumenti rivenienti dai rinnovi del CCNL e del Contratto Integrativo Aziendale.

La successiva tabella evidenzia la riduzione del gap tra ore lavorate e lavorabili, che dà atto dell'impegno delle persone a mantenere livelli di servizio elevati e costanti.



	2000	2001	2002
	ore	ore	ore
ore lavorate	1.155.487	1.096.537	1.176.398
ore lavorabili *	1.310.192	1.268.469	1.309.314
differenza ore lavorabili / ore lavorate	154.705	171.932	132.916
ore di ass. per maternità, donaz. sangue, infortuni	33.232	49.350	25.585
ore di assenza per malattia	52.295	46.103	49.354
ore di assenza per servizi vari	27.297	32.070	18.764
ore di assenza per permessi sindacali	5.857	8.115	4.606
ore di assenza non retribuite	2.663	6.908	11.262
corsi di formazione	26.346	17.453	18.574
ore di assenza retribuite	6.490	11.790	4.711
ore di assenza per provvedimenti disciplinari	525	143	60

\* Al netto delle ore di assenza per ferie, festività soppresse, permessi retribuiti.

#### **4.1.10 Sistemi di incentivazione**

Nel corso del 2002 la Banca ha ridefinito i “**Principi di Politica Retributiva**” che sono stati portati a conoscenza del personale al fine di far comprendere i criteri applicati nelle decisioni riguardanti: chi, quando e come premiare.

Nell'elaborare i nuovi sistemi di incentivazione si è tenuto conto: della nuova impostazione del sistema di budget per la Rete Distributiva, delle proposte di un gruppo di lavoro appositamente costituito e dei risultati dell'indagine sul clima aziendale.

Il sistema di incentivazione 2002 per il personale della rete

#### **La nuova Politica Retributiva della Banca ha una doppia valenza strategica:**

##### **Gestionale**

è un sistema di gestione e valorizzazione delle risorse umane che intende:

- > spingere il personale al perseguimento degli obiettivi aziendali;
- > dare un riconoscimento adeguato in funzione e in proporzione al contributo offerto al raggiungimento degli obiettivi aziendali (equità retributiva interna).

##### **Motivazionale**

è un'importante leva che, insieme ad altri fattori (formazione, clima interno, contenuto delle mansioni, prospettive di crescita professionale, ecc.) intende:

- > sollecitare (e riconoscere) i contributi individuali eccellenti;
- > orientare al raggiungimento degli obiettivi aziendali;
- > sollecitare (e riconoscere) l'assunzione di responsabilità crescenti.





#### Principi base della nuova Politica Retributiva della Banca

- ricompensare le prestazioni con strumenti variabili;
- retribuire le posizioni/responsabilità con incrementi duraturi;
- condividere successi e insuccessi aziendali;
- non isolare gli interventi retributivi dalle altre politiche del personale;
- differenziare i trattamenti economici dei dipendenti.

#### Sistemi di incentivazione

##### 1 Sistema di Incentivazione per il personale della Rete Distributiva (aree e filiali)

##### 2 Sistema di Incentivazione per il personale delle Funzioni Centrali

##### Obiettivo

indirizzare l'impegno dei dipendenti verso il raggiungimento di traguardi considerati prioritari dall'Azienda e ottenere coerenza tra gli obiettivi dei singoli e quelli collettivi

##### Personale interessato

99% (sono esclusi solamente i dirigenti dell'Alta Direzione)

#### Il ruolo del team leader nella Politica Retributiva della Banca

##### – Responsabili di Funzione di Primo Livello e Responsabili di Area Territoriale:

è stato attribuito un ruolo attivo nella definizione delle proposte di Politica Retributiva.

##### – Alta Direzione e Responsabili di Area Territoriale:

sono stati assegnati budget complessivi per una gestione diretta degli interventi di Politica Retributiva nei settori di appartenenza.

distributiva è stato completamente ridisegnato per tenere conto dei numerosi elementi di novità emersi.

Per quanto riguarda le Funzioni Centrali è stato riproposto il sistema introdotto nel 2001 con alcuni miglioramenti aventi lo scopo, tra l'altro, di amplificare il segnale di condivisione – tra Rete e Funzioni Centrali – di successi e insuccessi.

#### 4.1.11 Relazioni sindacali

A fine gennaio 2002, al termine di un negoziato avviato nel mese di luglio 2001, è stato sottoscritto il Contratto Integrativo Aziendale, destinato a produrre i suoi effetti sul piano economico e normativo fino al 31 dicembre 2003. Il primo anno di applicazione si può definire positivo.

Una delle innovazioni più importanti è rappresentata dalle **famiglie professionali**, ossia il sistema di aggregazioni correlate ai diversi livelli di responsabilità ed orientate al riconoscimento e alla valorizzazione di professionalità, competenze, capacità e attitudini dei dipendenti.

#### Sistema di incentivazione Risultati del 2002

- premiate 10 filiali
- salito a 2.518 euro (rispetto a 1.701 euro dell'anno precedente) il premio medio distribuito)
- premiati 111 dipendenti:
  - 21 quadri direttivi
  - 84 della terza fascia professionale
  - 6 della seconda fascia professionale



<b>Iscrizioni sindacali</b>						
	<b>2000</b>		<b>2001</b>		<b>2002</b>	
	Unità iscritte	Tasso di sindacalizzazione	Unità iscritte	Tasso di sindacalizzazione	Unità iscritte	Tasso di sindacalizzazione
Organizzazioni sindacali "confederali"	443	55,44	417	52,19	480	59,33
Organizzazioni sindacali "autonome"	197	24,66	210	26,28	157	19,41
<b>Totale</b>	<b>640</b>	<b>80,10</b>	<b>627</b>	<b>78,47</b>	<b>637</b>	<b>78,74</b>

**Contratto Integrativo Aziendale  
Innovazioni attivate nel 2002**

- ripartizione del personale appartenente alle aree professionali e ai quadri nelle "famiglie professionali";
- istituzione dell'identità di disagio, prevista nei casi dei trasferimenti superiori ad un certo chilometraggio;
- maggiorazione dell'indennità di rischio in favore dei cassieri consegnatari di valori;
- determinazione del Premio Aziendale sulla base di principi tali da ridurre al minimo i dubbi interpretativi;
- avvio della sperimentazione di alcuni dipendenti in nuovi profili professionali.

**4.1.12 Conflittualità sindacale**

L'elevato incremento delle giornate di assenza per sciopero è da collegare alla vertenza per il rinnovo della parte economica del CCNL, alla querelle sulla riforma del mercato del lavoro ed in particolare all'ipotesi di modifica dell'art. 18 dello Statuto dei lavoratori.

L'incremento delle giornate di assenza per assemblea è da porre in relazione alla chiusura della

trattativa per il rinnovo del Contratto Integrativo Aziendale (CIA), il cui testo è stato sottoposto all'approvazione dei dipendenti della Banca.

La definizione della trattativa per il Contratto Integrativo Aziendale ha avuto come riflesso il decremento delle giornate di assenza per la fruizione di permessi sindacali, nonostante il mancato rinnovo dell'accordo a livello nazionale in materia di agibilità sindacali.

<b>Giorni di assenza per motivi sindacali</b>			
<b>Causale delle assenze</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>
	giorni	giorni	giorni
Sciopero	–	119	889
Assemblee sindacali	30	61	161
Permessi sindacali	781	1.082	791
<b>Totale</b>	<b>811</b>	<b>1.262</b>	<b>1.841</b>



### 4.1.13 Sicurezza e salute sul luogo di lavoro

La Banca ha sempre affrontato le problematiche connesse al pieno rispetto del Decreto Legislativo 626/94 con la massima attenzione, considerando un investimento i costi relativi al miglioramento degli ambienti di lavoro.

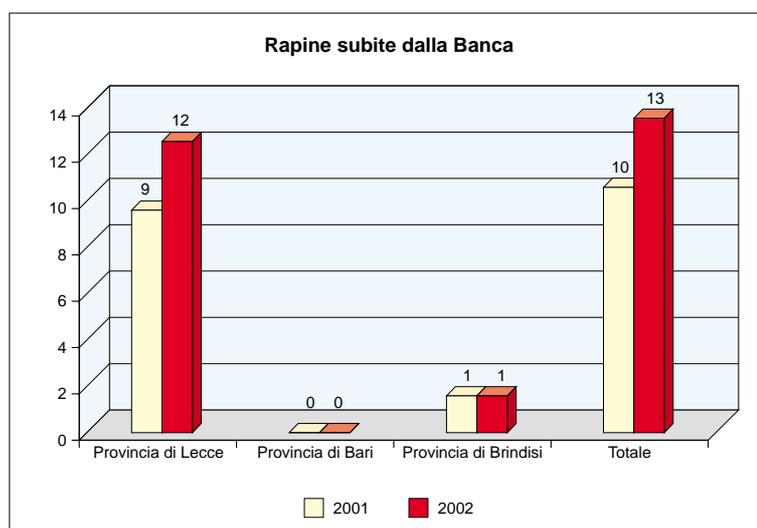
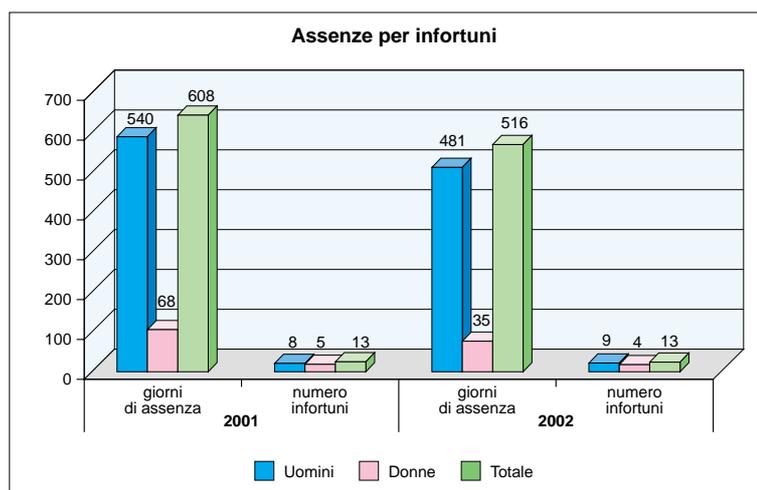
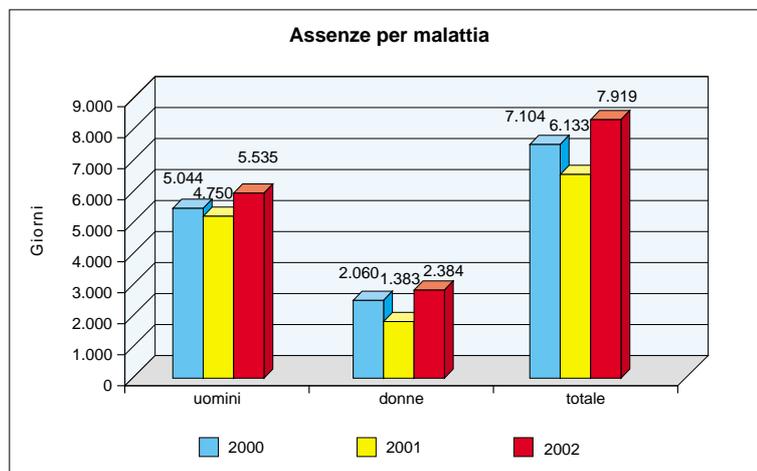
**Sicurezza**

**Attività e interventi più significativi**

- realizzazione di ulteriori strutture ergonomiche agli sportelli, con la realizzazione di nuovi banconi e pavimenti galleggianti;
- implementazione dei sistemi di gestione code;
- installazione di corpi illuminanti "dark light" con l'emissione di luce adatta al lavoro in ufficio;
- adeguamento di diversi impianti di condizionamento per garantire il corretto ricambio d'aria;
- adeguamento di alcuni impianti elettrici.

Gli interventi effettuati nel 2002 sono stati discussi e approvati in sede di incontro annuale con i rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza.

Nel corso dell'anno la Banca ha subito complessivamente 13 rapine. L'incremento del 30% rispetto all'anno precedente risulta superiore a quello nazionale, in ragione del livello di criminalità





presente nel territorio di operatività.

Per garantire incolumità e maggiore sicurezza alle persone che quotidianamente entrano nelle sedi della Banca (dipendenti, clienti e fornitori) sono state attuate le seguenti azioni:

- Installazione di:
  - nuove centrali d'allarme in 11 filiali;

- 2 impianti di self banking;
- 1 impianto di allarme;
- 1 bussola d'ingresso;
- 1 scheda bussola antirapina.

- sottoscritto il "Protocollo di intesa per la prevenzione della criminalità in banca nella provincia di Bari" (cfr. paragrafo 4.6.3).

Tabella gravità - frequenza infortuni *					
Anno	Numero infortuni con assenza	Numero giorni persi	Ore lavorate	Indice di frequenza infortuni per milioni di ore lavorate (*)	Indice di gravità infortuni per migliaia di ore lavorate (**)
2001	13	608	1.096.540	11,86	0,55
2002	13	516	1.176.398	11,05	0,44
(*) =	1.000.000 * n. infortuni		ore lavorate		
(**) =	1.000 * n. giorni persi		ore lavorate		

\* Gli infortuni sono limitati ad eventi esterni e accidentali, non riconducibili ad omissioni della Banca in materia di prevenzione e antinfortunistica.

#### 4.1.14 Politiche di pari opportunità

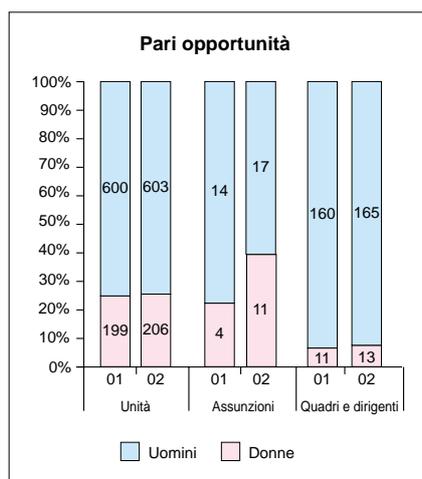
Nel 2002 risulta ancora prevalente la componente maschile nell'organico della Banca; tuttavia si segnala che:

- è ulteriormente cresciuta la percentuale della presenza femminile (25,46%);
- la percentuale di assunzioni di donne è la più alta degli ultimi 7 anni (39,39%) ed è largamente superiore alla media (30,46%);

Assunti dal 1996 al 2002					
Anno	Uomini	%	Donne	%	Totale
1996	14	61%	9	39%	23
1997	22	69%	10	31%	32
1998	15	79%	4	21%	19
1999	25	69%	11	31%	36
2000	7	88%	1	13%	8
2001	14	78%	4	22%	18
2002	17	61%	11	39%	28
<b>Media</b>	<b>16</b>	<b>70%</b>	<b>7</b>	<b>30%</b>	<b>23</b>



- la percentuale del personale con funzioni di responsabilità è leggermente aumentata dal 6,4% al 7,3%.



#### 4.1.15 Attività sociali

Il piano delle attività organizzate dal Fondo di Mutualità e Assistenza della Banca è stato particolarmente intenso, tanto nell'ambito dell'assistenza, quanto in quello della socializzazione degli iscritti.

Le iniziative che hanno suscitato maggiore interesse sono state di carattere ricreativo e turistico.

##### Viaggi organizzati dal Fondo di Mutualità

- Iesi-Urbino: 40 persone partecipanti
- Viaggio studi Londra: 10 persone partecipanti

#### 4.1.16 Comunicazione interna

Anche per il 2002 gli **strumenti virtuali** di comunicazione si sono

confermati indispensabili per il trasferimento di informazioni all'interno ed all'esterno della Banca.

E' risultato costante l'utilizzo della rete telematica aziendale "Intranet" per la diffusione tra il personale delle norme destinate a regolamentare l'attività e per la ricerca delle normative aziendali. Si è consolidato sempre più l'utilizzo della posta elettronica interna quale mezzo di scambio di informazioni tra unità operative.

Nel 2002 si sono svolti incontri periodici tra Alta Direzione e responsabili delle Funzioni Centrali per uno scambio di informazioni sulle principali attività di interesse comune e per un confronto in merito alle maggiori problematiche aziendali.

#### 4.1.17 Contenzioso e litigiosità

Il livello del contenzioso giuslavoristico rimane attestato su valori fisiologici: 6 casi, cioè un rapporto vertenze/dipendenti pari allo 0,74%.

Nel corso del 2002, alle cause già in essere, se sono aggiunte altre quattro.

##### Situazione vertenze

1 vertenza già risolta con decisione favorevole alla Banca.

2 vertenze non ancora risolte promosse negli anni precedenti di cui 1 da un promotore finanziario che ha risolto il proprio rapporto con la Banca.

4 nuove vertenze promosse nel 2002 da dipendenti in servizio che lamentano l'assegnazione a mansioni non in linea con quelle in precedenza svolte.



santi della str



## 4.2 Banca e Azionisti / Soci

### 4.2.1 Obiettivi

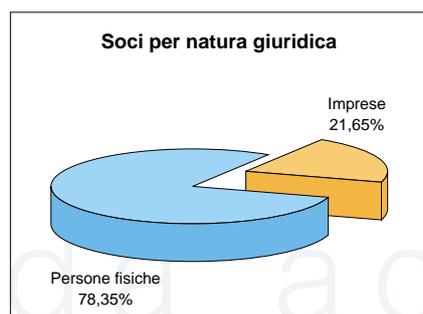
La Banca tende a mantenere un solido rapporto di fiducia con tutti i soci, ai quali cerca di garantire un'adeguata redditività, impegnandosi a svolgere quel ruolo di motore dello sviluppo del territorio che anima la sua missione.

### 4.2.2 Composizione percentuale del capitale sociale distinto per natura giuridica e nazionalità

Le azioni della Banca sono interamente detenute da persone fisiche e imprese italiane.

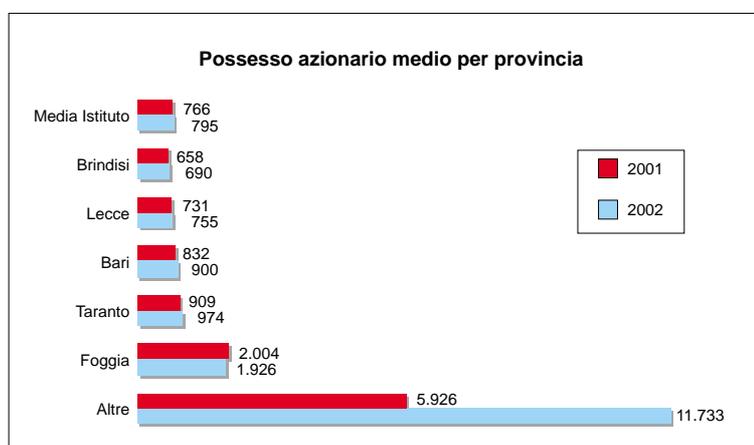
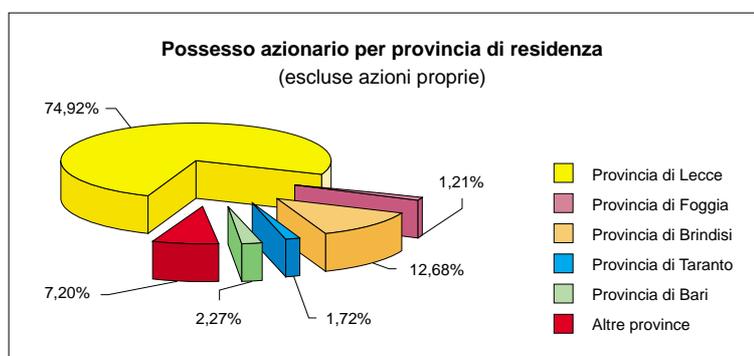
I soci al 31 dicembre 2002 sono complessivamente 40.324.

E' ormai consolidata l'ampia partecipazione al capitale sociale degli imprenditori locali (21,65%).

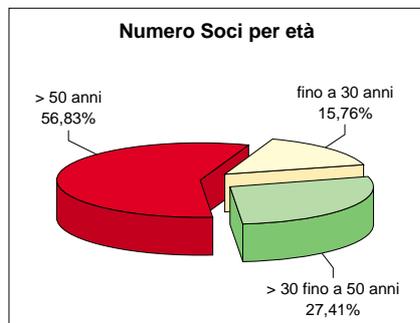


### 4.2.3 Segmentazione dei soci per categorie

Il radicamento della Banca nel territorio di riferimento è ancora una volta evidenziato dal fatto che circa il 97% dei soci risiede nelle 4 province di operatività (Lecce, Brindisi, Bari e Taranto).



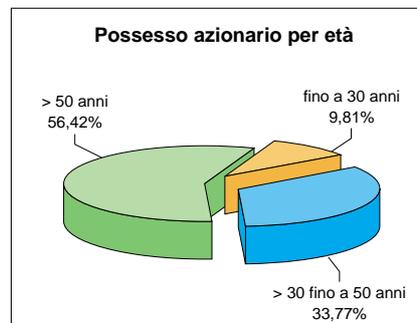
L'attività di espansione in nuove aree territoriali continua ad essere caratterizzata dall'ingresso di soci dalle province di Bari, Brindisi e Taranto, che acquisiscono un possesso azionario superiore alla media, in crescita rispetto al dato dell'esercizio precedente.



E' rimasta pressoché invariata, rispetto all'anno precedente, la composizione anagrafica dei soci e la ripartizione del possesso azionario per fasce d'età. Entrambe evidenziano una significativa partecipazione di soggetti della fascia fino a 30 anni.

Nel 2002, i dati sulla composizione anagrafica dei soci registrano un lieve aumento nella fascia d'età superiore a 50 anni (+1,24% rispetto al 2001). Un lievissimo calo si riscontra nelle altre due fasce d'età, anche se la partecipazione alla compagine sociale dei soggetti con età fino a 30 anni resta sempre molto significativa.

Nel corso del 2002 sono salite da 437.000 a 439.800 (pari all'1,39% del



capitale) le azioni possedute dai soci dipendenti, sebbene questi siano diminuiti a 717 dai 721 dello scorso anno.

Soci dipendenti		
	2001	2002
N. soci dipendenti	721	717
% dipendenti che risultano soci	90,24%	88,63%
% soci che risultano dipendenti	1,75%	1,78%
% possesso azionario dei soci dipendenti	1,36%	1,37%

#### 4.2.4 Remunerazione del capitale

La Banca, pur risentendo del trend negativo dei mercati finanziari, ha realizzato nel 2002 un incremento (+3,34%) del risultato netto d'esercizio.

Agli azionisti è stato confermato il dividendo di 0,17 euro dell'esercizio precedente.

Contenuta la riduzione del **dividend pay-out** (-2,7%) a beneficio dell'incremento del patrimonio aziendale.

Descrizione	2001	2002	Variazione assoluta	Variazione %
Dividendo per azione	0,170	0,170	-	-
N. azioni *	31.552.654	31.727.167	174.513	0,55
Totale dividendi (a)	5.363.951	5.393.618	29.667	0,55
Utile d'esercizio (b)	7.301.046	7.544.833	243.787	3,34
Dividendi pay-out (a/b*100)	73,47	71,49	-1,98	-2,70

\* Il numero delle azioni riporta il dato relativo ai titoli aventi diritto al dividendo.



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

Il rapporto tra il corpo sociale e l'Amministrazione della Banca è caratterizzato da coesione e solidità.

In quasi tutte le assemblee sociali le deliberazioni sono assunte all'unanimità o a larga maggioranza.

Il sistema del voto capitarario (un voto per ciascun socio indipendentemente dalla quota azionaria posseduta) garantisce equità ai rapporti tra i soci, evitando il ricorso a strumenti tipici di altre società (maggioranze e minoranze precostituite, sindacati fra azionisti, ecc.).

#### **4.2.6 Servizi e agevolazioni riservate ai Soci**

Ai soci sono riservati:

- conti correnti a condizioni di favore
- servizi di investimento a commissioni ridotte
- polizza infortuni gratuita
- assistenza dei legali convenzionati con la Banca per le procedure di ammortamento a carico dei soci che hanno smarrito le azioni.

Grazie al **Sistema di scambi organizzati** nel 2002 sono state intermedie 903.079 azioni sociali; tale sistema, aperto a tutti, favorisce l'incontro tra la domanda e l'offerta delle azioni della Banca.

#### **4.2.7 Investor relations**

La diffusione delle informazioni di tipo patrimoniale ed economico, relative ai risultati di esercizio della Banca, avviene essenzialmente attraverso il sito Internet [www.bpp.it](http://www.bpp.it). In questo modo è possibile rimanere costantemente aggiornati sulle attività del Gruppo, sull'origine storica della Banca e sulle principali iniziative di interesse sociale.

#### **4.2.8 Comunicazione**

In merito al contenzioso con **Fondosviluppo**, vicenda che rischiava di coinvolgere gli interessi economici dei soci delle ex BCC incorporate (Cellino San Marco, San Pancrazio Salentino, Otranto), la Banca ha provveduto a definirlo transitivamente.



#### **4.2.9 Contenzioso e litigiosità**

Non esistono casi di contenzioso e litigiosità da segnalare.



## 4.3 Banca e Clienti

### 4.3.1 Obiettivi

Il cliente della Banca Popolare Pugliese manifesta essenzialmente un bisogno di consulenza che possa orientarne le scelte finanziarie e l'acquisto di prodotti e servizi.

La fiducia che il cliente ripone nella Banca è strettamente connessa alla qualità del rapporto interpersonale instaurato con il dipendente considerato:

- il principale soggetto che guida le scelte finanziarie;
- la principale fonte di informazione sui prodotti.

Questa ricerca di consulenza è trasformata dalla Banca in opportunità di servizio al cliente tramite:

- la *specializzazione* del personale di contatto con la clientela per migliorare competenze tecniche e capacità relazionali;
- la *segmentazione* della clientela in relazione ai depositi posseduti e l'individuazione di livelli di servizi crescenti;
- la *creazione*, presso alcune filiali, di centri private banking per

accogliere in modo adeguato la clientela

- la *creazione* sul sito Internet della Banca di una sezione dedicata alla "Finanza Personale" dove: conoscere i recapiti dei consulenti Affluent o Private, elaborare il proprio portafoglio in forma grafica e valutare il profilo di rischio.

### 4.3.2 Caratteristiche e analisi della clientela

Il livello e le caratteristiche dei servizi richiesti non sono omogenei per tutti i clienti. Pertanto, all'offerta di servizi bancari in forma estremamente standardizzata, dedicata principalmente ai clienti del segmento "famiglie", si affianca l'offerta di servizi qualificati e sempre più complessi a seconda che le esigenze di investimento o di finanziamento riguardano importi elevati o cliente del segmento imprese.

La Banca ha suddiviso la propria clientela in:

- *clientela privati*;
- *clientela imprese*.



Segmentazione Clientela Privati		
Fasce Dimensionali	Criterio di classificazione in base alla raccolta	Gestione del rapporto
Mass Market	inferiore a 25.000 euro	Operatori di sportello presso le filiali
Middle Market	da 25.000 a 150.000 euro	Addetti commerciali presso le filiali
Affluent	da 150.000 a 500.000 euro	Promotori Interni
Private	oltre 500.000 euro	

Segmentazione Clientela Imprese		
Classi	Caratteristiche	Gestione del rapporto
Privati	Imprese individuali	Addetti fidi, in servizio presso le filiali, coordinati dal direttore di filiale
Small business	Imprese micro e piccole	
Corporate	Imprese medie e grandi	Gestore Imprese

Per ogni fascia sono assicurati prodotti e servizi adeguati, affidati a personale qualificato.

La cura della clientela più sofisticata è affidata a consulenti specializzati:

- nell'area corporate il **gestore imprese** è l'interlocutore principale delle aziende di medie e grandi dimensioni con particolare attenzione ai finanziamenti ordinari e agevolati;
- nell'area private i **promotori interni** tendono ad ottimizzare gli investimenti dei clienti privati.

Per ogni segmento di clientela si continua ad utilizzare percorsi di affidamento differenziati che, a

seconda dei casi, utilizzano diverse procedure informatiche di ausilio al decisore nella individuazione del merito creditizio (ad esempio, scoring, rating e grading); ciò ha consentito di:

- *affrontare in modo differenziato e mirato le specifiche problematiche dei segmenti di clientela;*
- *fornire un modello efficiente di gestione delle relazioni affidate, sotto il profilo operativo, commerciale e di controllo.*



#### **4.3.3 Informazione e comunicazione**

Non sono state realizzate campagne di informazione e comunicazione di rilievo rispetto allo scorso anno. La Banca, nel corso del 2002, ha comunicato tempestivamente e puntualmente tutte le variazioni contrattuali, come previsto dalla normativa sulla trasparenza bancaria, e ha proseguito nella distribuzione di brochure informative.

Sul sito [www.bpp.it](http://www.bpp.it) è stata attivata la vetrina on line abbinata a ComprOsubito, con il dettaglio dei distributori convenzionati e dei beni in vendita, e la possibilità di richiedere il finanziamento in rete.

#### **4.3.4 Condizioni negoziali**

Nel 2001 la Banca ha aderito all'accordo europeo per il codice di comportamento volontario sulla informativa pre-contrattuale per i mutui ipotecari "residenziali", messo a punto nel quadro di un'intesa tra le Associazioni bancarie europee e le Associazioni dei consumatori, allo scopo di assicurare la trasparenza e la comparabilità delle condizioni applicate ai mutui casa.

#### **Elementi per il calcolo del "preventivo tasso mutui"**

- 1) Parametri finanziari**
- 2) Economicità dell'operazione (importo mutuo)**
- 3) Aspetti comportamentali finanziari:**
  - durata del rapporto di clientela
  - esistenza di conto corrente
- 4) Rischio prospettico:**
  - durata mutuo
  - coperture assicurative
- 5) Rischio di credito generico:**
  - rapporto rata/reddito
  - rapporto importo mutuo/valore cauzionale dell'immobile
- 6) Periodicità rate (mensile, bimestrale, trimestrale, ecc.)**
- 7) Tasso (fisso-variabile)**

Nello spirito di tale accordo e coerentemente al valore della trasparenza, la Banca si è dotata di **preventivo mutui casa**, uno strumento di supporto nella formulazione delle proposte del tasso al cliente per i mutui casa destinati alle famiglie.

A ciascuno degli elementi contenuti nel "preventivo mutui" è associato un valore di rischio (spread) che premia il cliente in presenza di situazioni ottimali e completa il percorso di trasparenza e di personalizzazione dell'offerta iniziato lo scorso anno.

#### **4.3.5 Sistema Qualità e customer satisfaction**

Al 31 dicembre 2002 la Banca risulta dotata del sistema di **code gestite** in 32 filiali.



Il processo di customer satisfaction nel 2002 è stato rivolto ai clienti investitori ed ai dealer, distributori del credito al consumo della Banca.

**Indagine di customer satisfaction sui clienti investitori**

**Metodo**

**Fase 1**

Realizzati 3 focus group che hanno consentito:

a) l'individuazione delle fasce di clientela da intervistare

- clienti di risparmio gestito (<100.000 euro)
- affluenti (da 100.000 a 500.000 euro)
- private (>da 500.000 euro)

b) la definizione delle aree di indagine

- soddisfazione della clientela
- immagine della Banca
- percezione delle banche concorrenti

**Fase 2**

Somministrato un questionario pilota a risposte aperte a 45 clienti (15 per ogni fascia)

**Fase 3**

Sulla base delle risposte ottenute, è stato predisposto un questionario a risposte chiuse somministrato a 120 clienti (45 per fascia)

**Risultati**

L'indagine ha permesso di rilevare:

- elevata ricerca da parte del cliente di investimenti tranquilli e adeguatamente remunerativi
- importanza della consulenza personalizzata, guida delle scelte finanziarie e fattore importante nella fidelizzazione del cliente

L'indagine condotta sui clienti investitori ha permesso di rilevare le seguenti tendenze:

**Indagine di customer satisfaction sui dealer**

**Metodo**

**Fase 1**

Realizzato 1 focus group preliminare sull'attività di credito al consumo della Banca

**Fase 2**

Somministrato un questionario a tutti i dealer suddivisi per settore merceologico:

- concessionari
- salonisti
- rivenditori di mobili
- rivenditori di immobili

**Risultati**

L'indagine ha permesso di rilevare le principali aree di criticità:

- assenza di strumenti di pagamento adeguati rispetto all'offerta della concorrenza
- poca fidelizzazione verso la rete dei dealer

**Interventi di miglioramento**

Per superare le criticità emerse dall'indagine, la Banca ha realizzato i seguenti interventi:

- completamento degli strumenti di pagamento
- introduzione di nuove formule commerciali per aumentare la fidelizzazione della clientela

- resta molto elevata la ricerca di rendimento e di tranquillità;
- emerge il ruolo predominante svolto dalla consulenza personalizzata, che influenza la decisione di acquisto della clientela e rappresenta ciò che essa si aspetta maggiormente dal personale.



Nel settore dei dealer, partner della Banca nel processo di distribuzione del credito al consumo, l'analisi condotta attraverso la customer satisfaction ha individuato le aree di criticità (assenza di strumenti di pagamento adeguati all'offerta della concorrenza, rete poco fidelizzata, ecc.) e, di conseguenza, le strade da intraprendere per migliorare la relazione banca / distributore.

In seguito a ciò è stato avviato un processo organizzativo interno che ha portato al completamento degli strumenti di pagamento dei finanziamenti (bollettino postale) e all'introduzione di formule commerciali nuove che hanno rafforzato il senso di appartenenza alla Banca.

#### **4.3.6 Marketing development**

Nel corso del 2002 la Banca ha puntato allo sviluppo dei seguenti prodotti:

<b>Prodotto</b>	<b>Clienti Target</b>	<b>Caratteristiche</b>	<b>Vantaggi per la clientela</b>
Gestioni Multimanager: Formula MM 20% Formula MM 40% Formula MM 60% Formula MM 80%	Fascia middle market	Forme di gestione che (a partire da un capitale minimo di 80.000 euro) utilizzano esclusivamente Fondi di Investimento Esteri armonizzati. Come si evince dalla denominazione, le 4 linee si differenziano per la diversa incidenza dei fondi azionari	<ul style="list-style-type: none"><li>• assenza di costi all'entrata</li><li>• commissione di asset allocation contenuta</li><li>• migliore qualità attesa sul rapporto rischio/rendimento</li></ul>
Gestioni Multimanager a capitale garantito	Risparmiatori con spiccato profilo conservativo	Formule di investimento di durata quadriennale nelle quali il cliente si impegna a mantenere l'investimento per tutta la durata prevista. Alla scadenza, la Banca si impegna a rifondere l'eventuale perdita di capitale	<ul style="list-style-type: none"><li>• alta protezione del capitale investito da eventuali ribassi</li><li>• garanzia di rimborso dell'intero capitale alla scadenza</li></ul>
CartaSI Oro	Clientela ad elevato potenziale di spesa	Iniziativa realizzata in collaborazione con Servizi Interbancari	<ul style="list-style-type: none"><li>• è stata donata dalla Banca</li><li>• limite di spesa più elevato rispetto alle carte</li></ul>
Mutui Casa	Famiglie (suddivise per fasce di reddito ed età)	Offerte personalizzabili in base a quattro diversi fattori: <ul style="list-style-type: none"><li>• tasso</li><li>• tempo</li><li>• rata</li><li>• previdenza</li></ul>	Possibilità di accedere a soluzioni di finanziamento <ul style="list-style-type: none"><li>– personalizzate</li><li>– trasparenti</li><li>– facilmente comparabili</li></ul>

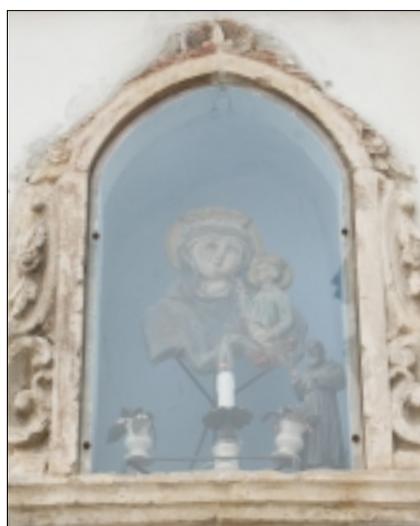
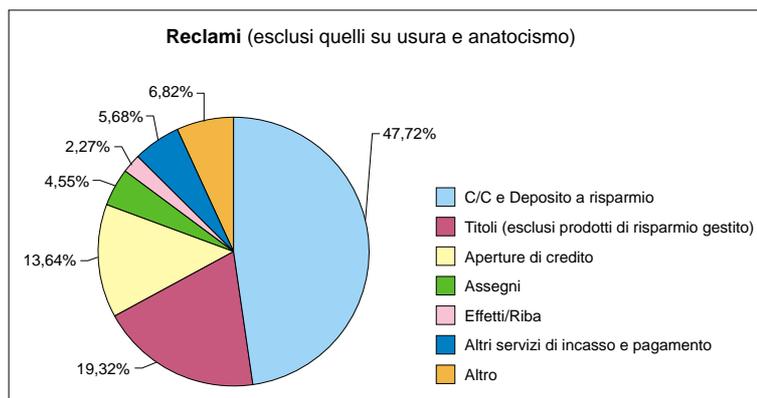
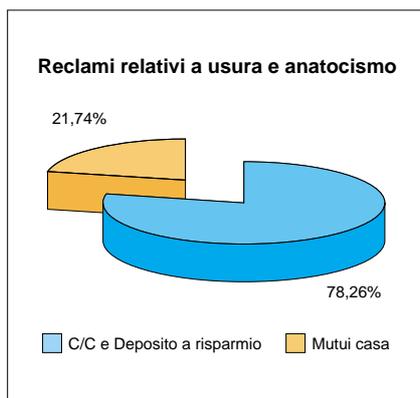


### 4.3.7 Contenzioso e litigiosità

Anche nel 2002 il numero dei reclami scritti, escludendo quelli relativi a usura e anatocismo, è aumentato (88) rispetto all'anno precedente (46).

Si riducono a 23, contro i 156 del 2001, il numero di reclami pervenuti relativi a usura e anatocismo; i chiarimenti che la giurisprudenza di merito ha fornito sulla materia hanno ridotto i casi di litigiosità.

Motivo del reclamo	Motivo del reclamo							Totale 2002	Totale 2001
	Condizioni	Applicazione condizioni	Esecuzione operazioni	Aspetti organizzativi	Comunicazione informazione al cliente	Merito di credito o simili	Altro		
<b>Prodotti e servizi</b>									
C/C e deposito a risparmio	7	17	14				4	42	20
Titoli (escl. prodotti di risparmio gestito)	1		10	1	1		4	17	10
Aperture di credito		1	7			1	3	12	4
Assegni			4					4	1
Effetti/Riba	1		1					2	1
Altri servizi di incasso e pagamento			3		1		1	5	2
Altro				1			5	6	8
<b>Totale</b>	<b>9</b>	<b>18</b>	<b>39</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>17</b>	<b>88</b>	<b>46</b>



**Reclami relativi a usura e anatocismo**

Causale	Numero	Comp. %
C/C e deposito a risparmio	18	78,26%
Mutui casa	5	21,74%
<b>Totale</b>	<b>23</b>	<b>100,00%</b>



## 4.4 Banca e Fornitori

### 4.4.1 Obiettivi

La politica di approvvigionamento della Banca tende a favorire, a parità di condizioni, gli operatori locali. A tutti i fornitori si richiede un costante impegno a mantenere alto il livello di qualità ed efficienza, condizione essenziale per poter mantenere nel tempo i rapporti di collaborazione.

Dal punto di vista etico-sociale, la Banca richiede ai propri fornitori:

- integrità morale
- rispetto dei contratti nazionali di categoria per i dipendenti
- le dovute assicurazioni per danni a terzi
- il rispetto della legge 675 (privacy) nei rapporti con la Banca
- la trasparenza delle procedure interne ed esterne
- efficacia, efficienza ed economicità

### 4.4.2 Outsourcing e consulenze

Nel corso degli anni la Banca ha affidato al CSE di Bologna l'outsourcing dei sistemi informativi, alla Ericsson il trasferimento di rete fonia e dati, a Sveviapol, Velialpol e Ivri la gestione del contante.

Nell'anno 2002 non si è proceduto alla migrazione di altri servizi.

E' continuata nell'anno la collaborazione tra la Banca e primarie società di consulenza in materia di organizzazione aziendale e gestione finanziaria e assicurativa.

### 4.4.3 Comunicazione e informazione

Nel corso dell'anno la Banca ha perfezionato l'utilizzo del canale telematico per snellire e rendere tempestive le comunicazioni con i fornitori. Il 90% delle informazioni contabili o aventi all'oggetto ordini, preventivi e contestazioni è transitato via Internet.

### 4.4.4 Qualificazione e analisi dei fornitori

I fornitori tradizionali e storici della Banca sono individuabili nel **tessuto socio-economico locale** tra:

- *piccoli imprenditori;*
- *artigiani altamente qualificati;*
- *professionisti.*

Per la fornitura di beni e servizi ad alto valore aggiunto, tecnologicamente avanzati e storicamente avviati nelle attività di consulenza, la Banca si avvale di fornitori appartenenti ad aree territoriali diverse da quella locale.



Il grafico a lato riporta il numero dei fornitori divisi in grandi famiglie di attività con l'indicazione della distribuzione territoriale.

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

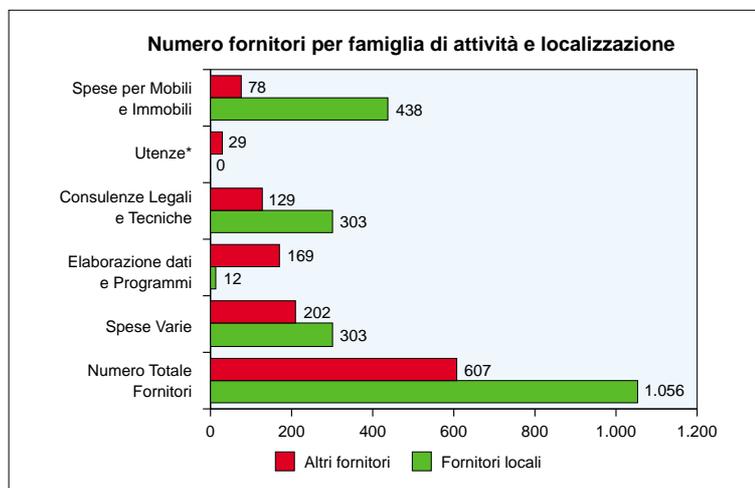
Di fondamentale importanza per la Banca è la certificazione delle procedure dei fornitori secondo standard di qualità, soprattutto in attività inerenti la sicurezza e lo smaltimento dei rifiuti speciali.

Nell'anno 2002 i fornitori della Banca in possesso di una certificazione di qualità sono i seguenti:

Azienda	Servizio offerto	Certificazione
Axa S.r.l.	rifiuti speciali	Iso 9002
Fichet S.p.A.	sicurezza	Iso 9001
Conforti S.p.A.	sicurezza	Iso 9001
Campus S.r.l.	sicurezza	Iso 9001-2000
Lem S.r.l.	sicurezza	Iso 9001
Saima	sicurezza	Iso 9001

#### 4.4.6 Condizioni negoziali

Il rispetto dei criteri di trasparenza e pari dignità tra i fornitori hanno indotto la Banca ad adottare comportamenti standardizzati nella stesura dei contratti, imponendo il rispetto:



- delle scadenze;
- degli obblighi verso terzi;
- del livello di servizio richiesto;
- dei compensi pattuiti.

\* a differenza dell'anno 2001, nella categoria "Utenze" dei fornitori locali non sono ricomprese le pubbliche amministrazioni.

#### 4.4.7 Ricaduta sul territorio

Il legame tra la Banca e il territorio è un valore costante nel tempo ed è considerato irrinunciabile.

Nel 2002 la Banca ha intrattenuto rapporti con **1.663 fornitori**, sostenendo costi per circa 31 milioni di euro, di cui circa 14 milioni di euro, pari al **31% circa del fatturato totale, è riferito ad aziende pugliesi.**

Nella tabella riportata nella pagina seguente si fornisce il totale fatturato nei confronti della Banca dai primi 50 fornitori, raggruppati per attività economica e per distribuzione territoriale.



In tabella, i primi 50 fornitori raggruppati per ramo di attività economica e per distribuzione territoriale.

Attività fornitore	fatturato	%
vigilanza e gestione contante	1.173.995,10	
hardware	384.008,39	
servizi di pulizia	363.478,93	
consulenza legale	288.377,90	
modulistica	230.048,44	
intermediazione per lavoratori interinali	194.526,06	
impianti elettrici	193.156,14	
vigilanza	191.344,94	
vendita immobile	191.141,65	
impianti di condizionamento	159.136,12	
consulenza legale	146.353,93	
servizi di trasporto	146.136,83	
modulistica	139.120,54	
impianti di condizionamento	130.262,71	
pubblicità	129.313,94	
sicurezza attiva e passiva	122.273,80	
consulenze tecniche	91.973,22	
fornitura mobili	89.630,86	
consulenza legale	85.578,44	
consulenza notarile	82.317,53	
pubblicità	77.369,80	
noleggio fotocopiatrici	75.938,67	
<b>Totale Puglia</b>	<b>4.685.483,94</b>	<b>21,20</b>
servizi informatici	8.704.963,36	
telecomunicazioni	1.130.482,18	
logistica e servizi informatici	844.993,68	
fornitura energia elettrica	761.011,93	
assicurazione	689.083,83	
hardware	684.040,78	
fornitura ticket pasto	588.658,27	
fornitura contamonete e contabanconote	507.040,10	
lavorazioni esterne	377.667,83	
telecomunicazioni	280.396,76	
telecomunicazioni	279.125,39	
sicurezza attiva	255.454,90	
servizi informatici	240.409,77	
consulenze professionali	226.560,00	
servizi telematici	185.101,63	
intermediazione per lavoratori interinali	164.191,38	
servizi informatici	160.059,80	
locazione macchine	157.242,08	
revisione contabile	139.680,80	
hardware	136.320,57	
noleggio auto	133.585,38	
consulenze professionali	130.788,38	
fornitura dati	126.989,08	
fornitura gadget	113.925,61	
assicurazione	108.413,91	
formazione	108.330,24	
hardware	98.722,42	
fornitura dati	79.199,27	
<b>Totale fuori Puglia</b>	<b>17.412.439,33</b>	<b>78,80</b>
<b>Totale Generale</b>	<b>22.097.923,27</b>	<b>100,00</b>



#### **4.4.8 Contenzioso e litigiosità**

L'orientamento della Banca, nelle fasi più critiche dei rapporti, a ricercare soluzioni rapide e di reciproco vantaggio, consente di affermare l'insussistenza di significativi contenziosi con i fornitori.

La Banca, animata dalla costante ricerca di chiarezza, trasparenza e correttezza nei rapporti giuridici, provvede a periodiche revisioni dei contratti più complessi.



## **4.5 Banca e altre banche / istituzioni**

### **4.5.1 Linee politiche coerenti ai valori di riferimento**

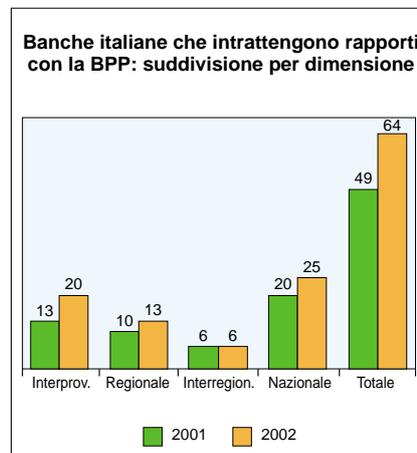
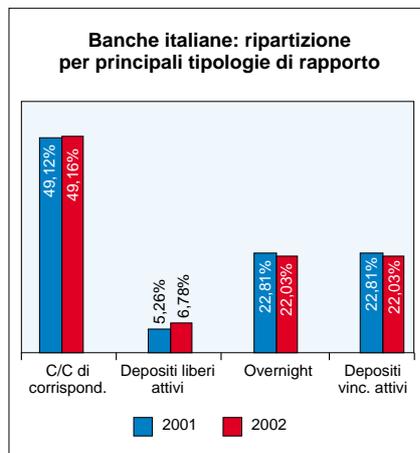
La collaborazione della Banca con altre istituzioni creditizie e finanziarie è proseguita anche nel 2002 in un contesto di trasparenza e correttezza reciproca con la finalità di migliorare la gestione dei propri servizi e la soddisfazione delle esigenze della propria clientela.

### **4.5.2 Rapporti con le altre banche**

Nel corso dell'anno 2002 sono aumentati i rapporti sia con le istituzioni creditizie italiane (64 contro 49 del 2001) sia con le istituzioni creditizie estere (23 contro 22 del 2001).

#### *Rapporti con Banche italiane*

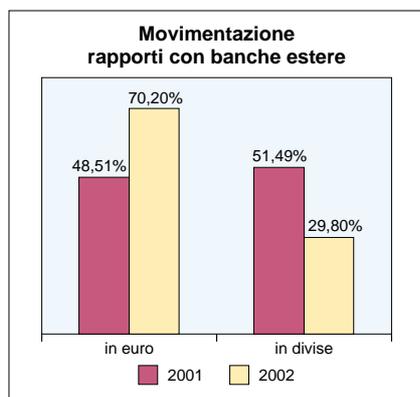
La ripartizione dei rapporti per tipologia evidenzia la netta prevalenza dei conti correnti di corrispondenza; la suddivisione per dimensione aziendale, invece, non evidenzia alcun dominio significativo. Su 64 banche italiane con cui si sono intrattenuti rapporti, solo 4 hanno sede legale in Puglia.



Il rapporto più consistente, sia come volumi sia come movimentazione, nel segmento “Banche italiane”, è stato intrattenuto con l’**Istituto Centrale delle Banche Popolari Italiane**.

#### *Rapporti con Banche estere*

Nel 2002 la movimentazione con banche estere è stata costituita da operazioni di tesoreria (depositi, giroconti, disposizioni e bonifici) e assegni.



Come l’anno precedente, nel 2002 per 9 delle 23 banche estere il flusso finanziario è avvenuto in “euro”, mentre i rapporti con i restanti istituti sono stati utilizzati per il regolamento di operazioni in “divise”.

All’interno del segmento “divise” **American Express** è stato ancora il rapporto più consistente in termini di movimentazione e di flussi finanziari. Nel segmento “euro” il rapporto più significativo è stato quello con la **Deutsche Bank**.

#### **4.5.3 Rapporti con le compagnie assicurative e con gli intermediari finanziari**

La necessità di offrire alla clientela prodotti sempre più personalizzati e affidabili ha guidato la Banca nella scelta dei propri partner assicurativi e finanziari.



Sono partner finanziari accreditati della Banca:

- Crédit Agricole Indosuez per gli investimenti delle Gestioni Patrimoniali;
- Arca per i fondi “retail”;
- la compagnia Systema del Gruppo “La Fondiaria “ per le polizze RC auto;
- Generali Assicurazione per le polizze sui c/c.

#### **4.5.4 Rapporti con le Autorità di Vigilanza e Monetaria**

Le relazioni con le Autorità di Vigilanza sono improntate al massimo rispetto e costituiscono una preziosa occasione di confronto e di crescita.

Nel mese di marzo si è conclusa la visita ispettiva periodica disposta dalla Banca d'Italia, che ha consentito alla Banca di cogliere importanti indicazioni per rimuovere ogni carenza e mettere in corso ogni suggerimento ricevuto.

Anche i rapporti con la **Consob** e l'**UIC**, per le loro aree di competenza, sono regolari e di massima collaborazione.

#### **4.5.5 Rapporti con le Associazioni di categoria**

Anche nel 2002 l'**Associazione Bancaria Italiana (Abi)** ha offerto alla Banca, in qualità di associata, interpretazioni legislative e regolamentari, iniziative di categoria e informative, incontri e seminari di formazione e aggiornamento professionale.

Di converso, la Banca, attraverso alcuni suoi qualificati collaboratori, ha preso parte a gruppi di lavoro per lo studio e l'analisi di particolari problematiche e a seminari e convegni di formazione. Tra gli altri si segnala la presenza della Banca all'interno “dell'Osservatorio ABI sul Bilancio Sociale”, in ragione dell'esperienza maturata nell'ambito della rendicontazione etico-sociale.

Costante, infine, è stata la collaborazione della Banca con l'**Associazione Nazionale fra le Banche Popolari**, preziosa partner per tutte le banche popolari nel formulare pareri e chiarimenti su fattispecie di interesse comune e punto di riferimento nell'attività di rappresentanza di interessi e istanze nelle varie sedi politiche ed economiche nazionali.

<b>Gruppi di lavoro e studio dell'ABI a cui partecipa la BPP</b>
• Osservatorio sul Bilancio Sociale
• International Accounting Standards (IAS)
• Rischi operativi



#### 4.5.6 Comunicazione

Per quanto riguarda la comunicazione nei confronti della comunità finanziaria, anche nel corso del 2002 è stata costante la presenza della Banca a convegni e seminari, anche di rilevanza nazionale, nei quali ha esposto e analizzato esperienze e progetti di interesse collettivo, quali il bilancio sociale e le operazioni di **cartolarizzazione dei crediti**.

Rivestono, infine, particolare importanza le attività di formazione e collaborazione professionale prestate dalla Banca verso società specializzate e associazioni di categoria.

#### 4.5.7 Contenzioso e litigiosità

Non esistono casi di contenzioso e litigiosità da segnalare.

<b>Esborso Finanziario</b> <i>(in migliaia di euro)</i>	<b>2001</b>	<b>2002</b>
Imposte dirette	8.481	11.379
Tasse sui contratti di Borsa	52	184
Imposta di bollo	3.130	3.487
Imposta sostitutiva sui mutui	300	372
I.C.I.	434	448
Altre imposte indirette e tasse	311	220
<b>Totale</b>	<b>12.708</b>	<b>16.090</b>

## 4.6 Banca e Stato / Autonomie Locali

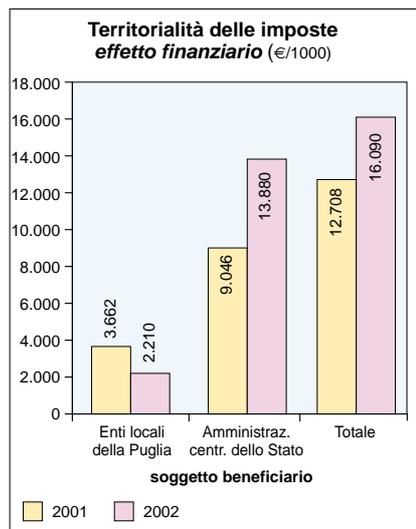
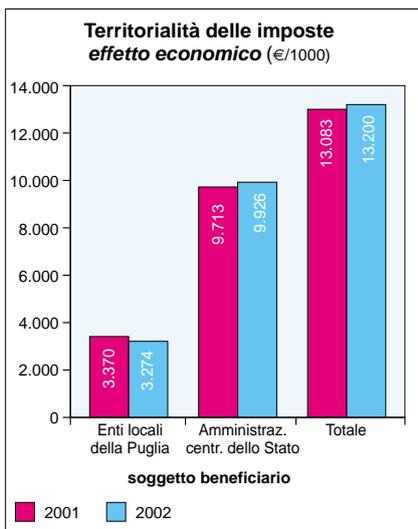
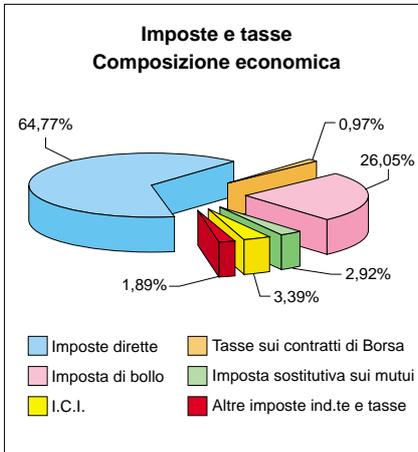
#### 4.6.1 Obiettivi

Nel corso del 2002 la Banca ha intensificato il sostegno finanziario, la collaborazione e la consulenza nell'area dei **finanziamenti agevolati** rivolti alle piccole e medie imprese, nonché la partecipazione nella compagine sociale di alcune iniziative locali, avviate per sostenere i finanziamenti agevolati alle imprese (ad esempio GAL, Patti territoriali).

#### 4.6.2 Imposte, tributi e tasse

L'esborso finanziario del 2002 per il pagamento di imposte e tributi è cresciuto a 16,09 milioni di euro, cui si aggiungono 20,43 milioni di euro per ritenute e imposte sostitutive operate e versate in qualità di sostituti d'imposta. In tabella si evidenzia l'effetto economico sul bilancio d'esercizio della Banca:

<b>Effetto Economico</b> <i>(in migliaia di euro)</i>	<b>2001</b>	<b>2002</b>
Imposte dirette	8.550	8.550
Tasse sui contratti di Borsa	135	128
Imposta di bollo	3.418	3.439
Imposta sostitutiva sui mutui	327	385
I.C.I.	434	448
Altre imposte indirette e tasse	219	250
<b>Totale</b>	<b>13.083</b>	<b>13.200</b>



#### 4.6.3 Protocollo per la prevenzione della criminalità

Nel mese di maggio del 2002 la Banca Popolare Pugliese è stata una delle banche firmatarie del “Protocollo di intesa per la prevenzione della criminalità in banca nella provincia di Bari”, insieme all’Ufficio Territoriale del Governo di Bari, l’ABI, le forze dell’ordine, le organizzazioni

sindacali e di categoria.

Il protocollo assume particolare rilevanza in considerazione dell’incremento del numero di furti e rapine.

La Banca si auspica che tale iniziativa venga replicata anche nelle altre province di operatività.



#### 4.6.4 Rapporti contrattuali con la Pubblica Amministrazione

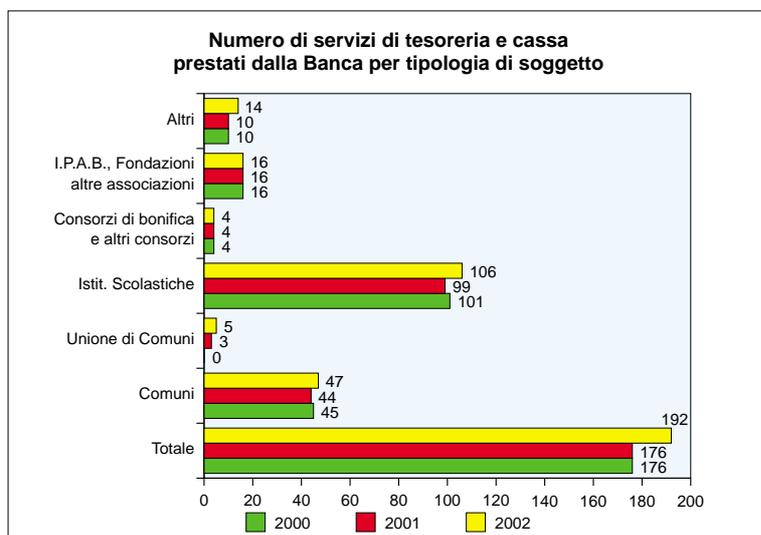
La Banca ha confermato, nel corso del 2002, la propria vocazione di azienda di credito attenta alla realtà collettiva in cui opera, impegnata nel sostegno degli enti locali territoriali, che costituiscono, per eccellenza, il livello istituzionale più vicino ai cittadini.

##### Tesoreria Enti

La Banca agisce quale partner delle pubbliche amministrazioni, la cui azione è considerata fondamentale nella diffusione di principi etici ispirati ad un profondo senso di responsabilità sociale e di rispetto della persona.

##### Nuove acquisizioni per la gestione dei servizi di tesoreria e cassa

- 3 comuni
- 2 unioni di comuni
- 7 istituzioni scolastiche



##### Finanza agevolata

Nonostante la sospensione decretata nell'anno delle misure agevolative a favore dell'Autoimpiego (gestite da Sviluppo Italia), nel 2002 la Banca è stata fortemente impegnata:

- sia nella concessione di finanziamenti a sostegno di investimenti agevolati
- sia nell'offerta di specifici servizi consulenziali alle imprese in contatto con gli Enti Locali

##### Finanza agevolata

###### Novità del 2002

- acquisito il ruolo di **Banca Concessionaria** nell'attività di valutazione di progetti ai sensi della legge 488/92;
- stipulata una convenzione, presso la Regione Puglia, per istruire le **misure del POR Puglia**, e in particolare quelle relative alle imprese industriali, artigiane, turistiche e commerciali;
- incremento dei servizi volti all'asseveramento di piani economico-finanziari correlati all'utilizzo del **project financing** - legge 109/94.

Dopo la costituzione insieme ad altre banche e con Centrobanca, nel ruolo di capofila, dei Raggruppamento Temporanei d'Impresa (R.T.I.) è iniziata l'esperienza di banca concessionaria per l'istruttoria delle pratiche ex Legge 488/92.



I primi risultati possono definirsi lusinghieri e apprezzati sia dalle imprese sia dai professionisti, che hanno l'opportunità di disporre di un ufficio specializzato nel proprio territorio di riferimento.

Legge 488/92  
**Attività di valutazione di progetti**

- 26 domande presentate a BPP di cui:
  - 15 pratiche istruite
  - 11 pratiche ritirate o prive dei requisiti
- per le 15 pratiche istruite:
  - 9 progetti finanziati
  - 6 progetti ammessi a finanziamento e non finanziati per esaurimento fondi

Project Financing  
**Attività di asseveramento dei piani economico-finanziari**

- 6 domande presentate in Banca relative a cinque progetti.

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

La Banca, nel rispetto dei vincoli normativi dell'Organo di Vigilanza e degli indirizzi suggeriti dal

Comitato di Basilea, ha posto in essere, nel 2002, una serie di azioni per assicurare un maggiore presidio sulle strutture operative coinvolte nel Sistema dei Controlli Interni.

Si segnala, inoltre, quanto segue:

- adesione al **Database Italiano delle Perdite Operative (DIPO)**, progetto per la formazione, rilevazione e segnalazione delle perdite operative, per consentire alla Banca di affrontare tempestivamente gli impegni che verranno per il rispetto dei valori di "capitale regolamentare";
- completamento dell'attività iniziata nel 2001 all'interno del **gruppo di lavoro** costituito dall'**ABI** sulle problematiche connesse all'individuazione e al riconoscimento dei **Rischi Operativi**;
- intensa attività di formazione in materia di **privacy** e di **antiriciclaggio**.

#### **Azioni di miglioramento per il Sistema dei Controlli Interni**

Ridefinizione delle strutture operative poste a presidio del controllo del rischio di credito attraverso:

- la creazione della FUNZIONE MONITORAGGIO CREDITI per il supporto e il coordinamento del controllo del credito
- il potenziamento della FUNZIONE LEGALE per una migliore gestione delle partite incagliate
- la riorganizzazione della FUNZIONE ISPETTORATO E CONTROLLO RISCHI per il potenziamento dei "controlli di terzo livello"

Affidamento alla BPP Service S.p.A. dell'attività sollecitatoria per il recupero crediti

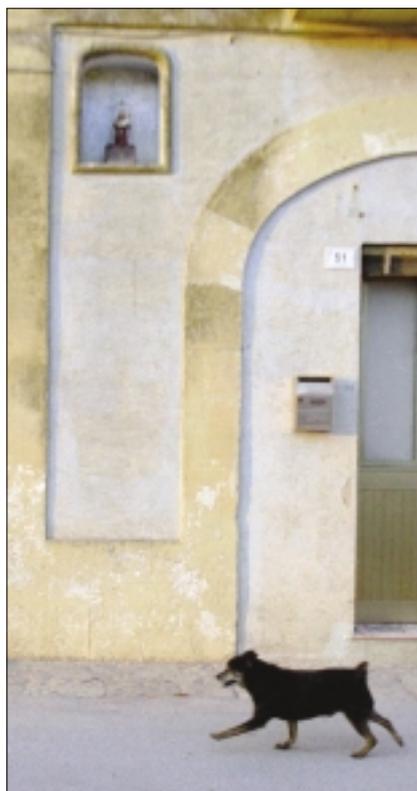
Creazione di un COMITATO CONTROLLI di Direzione Generale, coordinato dal Direttore Commerciale, avente lo scopo di analizzare l'andamento del rischio di credito, definire e indirizzare le linee di azione della Funzione Monitoraggio Crediti

Creazione di un COMITATO CONSILIARE SUI CONTROLLI INTERNI, di estrazione del C.d.A. della Banca, le cui aree di intervento ricalcano le previsioni del Codice di Autodisciplina delle società quotate (detto anche "Codice Preda")

#### **4.6.6 Contributi, agevolazioni e/o finanziamenti agevolati ricevuti e suddivisi per area di destinazione**

In tabella sono riportate le agevolazioni previste dalla normativa tributaria di cui ha usufruito la Banca nel corso del 2002:

<b>Agevolazioni fiscali ricevute (€/1.000)</b>			
<b>Agevolazioni</b>	<b>Credito d'imposta</b>	<b>Reddito soggetto a Irpeg 19%</b>	<b>Reddito escluso da tassazione</b>
L.133/99 "Visco"	-	474	-
D. Lgs. 466/97 "DIT"	-	2.167	-
Art. 8 L. 388/00	146	-	-
<b>Totale</b>	<b>146</b>	<b>2.641</b>	<b>-</b>



#### **4.6.7 Comunicazione**

L'impiego di procedure informatiche in grado di migliorare e ottimizzare i rapporti con gli enti pubblici è stato il punto di forza nella comunicazione realizzata dalla Banca.

Nel breve termine, obiettivo della Banca è l'interscambio "on line" di informazioni che consenta l'adozione del mandato informatico e della firma digitale.

#### **4.6.8 Contenzioso e litigiosità**

Collaborazione e apprezzamento reciproco sono stati i valori che hanno animato i rapporti della Banca con le Autorità Pubbliche.

Al 31 dicembre 2002 non è stato ancora notificato alcun provvedimento in merito alla verifica generale avviata nel 2001 dall'Agenzia delle Entrate e relativa al biennio 1998/1999.



## 4.7 Banca e Collettività

### 4.7.1 Obiettivi

Coniugare gli obiettivi reddituali e di crescita con l'assunzione di iniziative culturali e sociali; con questo scopo la Banca Popolare Pugliese, anche nel 2002, ha:

- sostenuto l'attività di associazioni ed enti religiosi, sportivi e assistenziali;
- organizzato – in proprio o in collaborazione con altri soggetti – manifestazioni su tematiche diverse di interesse collettivo.

### 4.7.2 Descrizione degli apporti diretti al sociale in termini di arricchimento della qualità della vita nei diversi ambiti di intervento

In linea con i valori espressi (difesa della dignità della persona umana, arricchimento della qualità della vita, attenzione al territorio), la Banca partecipa alla vita della comunità regionale, orientando circa 600 interventi a sostegno di cultura, solidarietà, istruzione e sport.

## Solidarietà e territorio

Dando attuazione al dettato statutario (l'art. 47 dello Statuto prevede il perseguimento di finalità "a scopo di beneficenza, assistenza e di pubblico interesse"), la Banca ha sostenuto 420 iniziative di carattere umanitario e sociale.

## Persone

Distribuzione del valore aggiunto alla collettività			
	Valori in migliaia di euro		
	2000	2001	2002
Beneficenza per destinazione utili d'esercizio	181	180	180
Liberalità esterne	649	653	592
<b>Totale</b>	<b>830</b>	<b>833</b>	<b>772</b>

Esse sono state di portata e spessore differenti tra loro, ma tutte tese a migliorare la vivibilità del territorio, con particolare attenzione alle fasce più deboli della popolazione.

Interventi sociali a favore di associazioni e istituzioni	
Solidarietà	n. 420
Cultura	n. 114
Istruzione	n. 41
Sport	n. 67
<b>Totale</b>	<b>n. 642</b>

Per rappresentare in forma sintetica lo spirito che caratterizza gli interventi sostenuti in questo ambito, ci piace ricordare alcune iniziative:

### Cuore Amico

E' il progetto di raccolta di fondi da destinare a bambini salentini bisognosi di cure e di assistenza, che ha dato vita ad una gara di solidarietà tra enti, associazioni e privati cittadini.

La manifestazione ha ottenuto il patrocinio della Presidenza della



Repubblica e l'apprezzamento delle più alte cariche istituzionali.

Il successo di "Cuore Amico", giunto alla seconda edizione, è stato decretato:

- *dall'entusiastica adesione e dalla forte condivisione del progetto;*
- *dall'elevato numero di offerte volontarie;*
- *dal raggiungimento degli obiettivi prefissati (oltre ai 31 casi inizialmente individuati dal comitato tecnico-scientifico, sono stati assicurati interventi a favore di altri 14 bambini).*



La raccolta dei fondi si è svolta dal 5 all'8 dicembre presso le filiali della "Popolare Pugliese", che, per l'occasione, sono rimaste aperte anche nei giorni di sabato e domenica.

Numerose dirette radiofoniche e televisive sono state effettuate dagli sportelli aziendali.

### **Arte Regina di Pace**

Nell'ambito dell'arte coniugata con la solidarietà, la Banca ha organizzato una mostra di artisti pugliesi intitolata "Arte Regina di Pace", ospitando nel proprio

padiglione della Fiera del Levante un'interessante selezione di quadri.

L'iniziativa realizzata in collaborazione con la Fondazione Regina Pacis, imprenditori locali clienti della Banca e un gruppo di artisti del territorio, che hanno donato le loro opere, ha favorito la raccolta di fondi destinati all'attivazione di un "numero verde immigrati".

Gli altri interventi di solidarietà hanno riguardato iniziative con ricadute dirette sul territorio o a favore di enti no-profit.

### **Cultura e territorio**

Sono state numerose (114) le occasioni in cui la Banca ha sostenuto la realizzazione di convegni, mostre ed altre iniziative culturali. Qui si segnalano:

- "Novecento Letterario Leccese", la raccolta antologica – curata da Donato Valli e Anna Grazia D'Oria – di 40 autori del novecento salentino, nata dalla collaborazione fra B.P.P., Provincia di Lecce e *Gazzetta del Mezzogiorno*, distribuita gratuitamente in fascicoli assieme al più diffuso quotidiano regionale. L'opera è stata presentata dai curatori lunedì 11 febbraio presso l'aula Ferrari dell'Università di Lecce alla



presenza del rettore Oronzo Limone, del preside della facoltà di Beni Culturali Luigi Rizzo, di Lucio Giannone, docente della facoltà di Lettere, e del prof. Mario Marti, emerito di quella Università. Sempre a Lecce nella mattinata gli autori, unitamente all'editore Manni, alla Gazzetta del Mezzogiorno (Sabia), alla Provincia di Lecce (il Presidente Ria) e alla Banca Popolare Pugliese (Tondi), avevano presentato l'iniziativa editoriale ai media.

- “Seminari di Filosofia”, la manifestazione, assunta in collaborazione con l'Assessorato alla Cultura del Comune di Copertino, ha visto un folto e qualificato pubblico seguire con attenzione nella sala angioina del castello copertinese la trattazione di temi di grande attualità: “Scienza e Filosofia in Francia e in Italia” (prof. Charles Alunni -19 marzo), “Il problema della bioetica” (prof. Evandro Agazzi -13 aprile), “Pensare la globalizzazione” (prof. Massimo Cacciari - 19 aprile), “Ermeneutica, Epistemologia e conseguenze didattiche” (prof. Dario Antiseri - 29 aprile) e “Attualità e valore del neo-illuminismo” (prof. Jean Petitot – 2 maggio).

- “L'impresa Cooperativa nel settore creditizio”, giornata della cooperazione creditizia, organizzata unitamente all'Ordine

dei Dottori Commercialisti di Lecce nel centenario della nascita di Giorgio Primiceri, che ha visto la partecipazione in qualità di relatori dei prof. Adalberto Alberici, prof. Antonio Costa, dott. Franco Caleffi. Le conclusioni sono state tratte dal prof. dott. Bruno Bianchi, Direttore Centrale dell'Area creditizia e finanziaria della Banca d'Italia. Gli atti del convegno, tenutosi in Lecce il 9 dicembre, sono stati poi pubblicati nel mese di aprile 2003 da Cacucci Editore – Bari.

La Banca ha inoltre concorso all'organizzazione di altri eventi, che hanno contribuito a diffondere e a rafforzare la conoscenza del patrimonio artistico e culturale pugliese.

La più importante espressione dell'impegno della Popolare Pugliese in campo culturale è rappresentata da **Apulia**, la rassegna trimestrale edita dalla Banca, che continua suscitare un sempre vivo apprezzamento sia per il prestigio degli autori che vi collaborano, sia per le tematiche in essa dibattute.

La rivista, diretta sin dal primo numero dal dott. Aldo Bello, costituisce un momento di forte collegamento fra i lettori e la vita della Banca e si articola in due sezioni: la prima, attenta alle dinamiche economico-finanziarie

nazionali ed internazionali; la seconda, aperta al dibattito culturale che anima il paese, in generale, e il Mezzogiorno e la Puglia, in particolare.

### ***Istruzione***

Convinta del ruolo fondamentale che l'istruzione svolge nella formazione dei giovani, la Banca ha sostenuto 41 interventi promossi da istituzioni scolastiche.

Inoltre a favore di laureati e laureandi sono state assunte le seguenti iniziative:

- *54 stage formativi* per giovani laureati, realizzati in collaborazione con università e con società organizzatrici di master in materie economiche, si sono tenuti presso gli uffici direzionali e hanno avuto durata trimestrale.

Le richieste di partecipazione pervenute sono state di molto superiori alla disponibilità, segno che lo stage in Banca Popolare Pugliese è visto come una buona esperienza formativa ben "spendibile" in altri contesti lavorativi

- *3 borse di studio*

Le borse, rispettivamente di 5.000, 4.000 e 3.000 euro, sono state erogate per consentire la

copertura, parziale o totale, dell'**iscrizione al Master on line in Gestione del Risparmio (e-Mgierre)** organizzato dall'Università di Lecce e da altri Enti;

- *3 prestiti sull'onore* a studenti particolarmente meritevoli. I prestiti, di importo pari a 5.000 euro ciascuno, sono stati concessi per consentire l'**iscrizione al Master in gestione del risparmio.**

### ***Sport***

Il sostegno alle attività sportive generalmente si concretizza attraverso interventi pubblicitari e di sponsorizzazione, con i quali si favoriscono la socializzazione e la crescita delle nuove generazioni.

Dei 67 interventi ne ricordiamo solo uno, quello che ha visto la Banca assumere la veste di partner finanziario dell'U.S. Lecce nel campionato 2002-2003, che si è concluso con il ritorno in Serie A della squadra salentina.





### **4.7.3 Informazione e comunicazione**

Anche quest'anno l'Azienda ha cercato di migliorare la propria visibilità attraverso un'informazione capace di utilizzare i mezzi più diversi. I rapporti con gli organi d'informazione sono improntati a reciproca collaborazione e trasparenza nel fornire notizie su fatti aziendali.

Il principale strumento di comunicazione è quello del comunicato stampa, seguito da articoli ospitati da quotidiani e servizi diffusi da emittenti radiotelevisive, nelle forme dell'intervista, partecipazione a dibattiti, tavole rotonde, ecc. A questi incontri vanno ad aggiungersi le relazioni e gli interventi tenuti da Collaboratori della Banca presso emittenti radiotelevisive, scuole ed istituti di formazione su tematiche di attualità, quali l'introduzione dell'Euro, le operazioni di cartolarizzazione, il ruolo e la funzione del Codice Etico, ecc.

### **4.7.4 Ricerca e Sviluppo**

L'indagine svolta dalla Banca (focus group di 50 clienti) nel 2002 sui prodotti assicurativi ha evidenziato le seguenti cause che spingono all'acquisto di prodotti assicurativi:

- Garantire ai propri familiari la sicurezza di un capitale (57,10% degli intervistati)
- Diversificare il portafoglio finanziario (14,30% degli intervistati)
- Tutelarsi contro i rischi (responsabilità civile, rischio morte o malattia) (28,60% degli intervistati)

Sulla base di queste indicazioni la Banca ha avviato lo studio dei seguenti prodotti assicurativi:

- Pacchetto assicurativo per la salute, che preveda il rimborso di spese sostenute per interventi chirurgici e una diaria da ricovero;
- Unit linked differenziate in funzione dei bisogni della clientela:
  - per i figli
  - per la protezione del reddito
  - per la salute
- Imago, una polizza temporanea caso morte che può essere utilizzata singolarmente o abbinata ad altri prodotti;
- Polizze LTC (long term care) a copertura dell'invalidità

Dal lato dello sviluppo di nuove tecnologie si segnala l'accordo con CORALIS per il commercio elettronico business to business.

### **4.7.5 Contenzioso e litigiosità**

Nessun contenzioso da segnalare.



## Ambiente

### 4.7.6 Obiettivi

Il rispetto per il territorio di appartenenza è alla base dell'attenzione prestata dalla Banca durante il 2002 nel ridurre gli impatti nocivi sull'ambiente, gestendo la problematica dello smaltimento dei rifiuti secondo i canoni normativi vigenti, approntando procedure di raccolta adeguate, avvalendosi di società opportunamente autorizzate e considerando come un investimento i costi sostenuti.

### 4.7.7 Interventi qualificanti

Nel corso del 2002 è continuata l'attività iniziata nell'anno precedente in materia di tutela ambientale:

- dismissione gas halon
- cabine di trasformazione di energia elettrica a media tensione

La sensibile **riduzione nel consumo di energia** elettrica è da attribuire ad alcuni interventi iniziati dalla Banca nel corso del 2001 e continuati nel 2002:

- eliminazione trasformatori con olio PCB

Si segnalano, inoltre, interventi in tema di risparmio energetico (luci "dark light", adeguamento impianti elettrici e condizionatori) già descritti nel paragrafo sulla sicurezza e salute sul luogo di lavoro.

### 4.7.8 Eventuali certificazioni ambientali

Nel corso del 2002 non sono state rilasciate alla Banca certificazioni ambientali.

### 4.7.9 Aspetti diretti di performance ambientali

Di seguito si riportano le tabelle relative ai più significativi consumi di risorse naturali:

Consumi energia elettrica	2000	2001	2002
Energia elettrica Kwh/anno	5.289.553	4.782.140	4.700.000
Energia elettrica Kwh/anno/n. addetti	6.612	5.977	5.810

- Sostituzione di cabine di trasformazione di media tensione con altre di bassa tensione

- Inserimento di alcuni gruppi di rifasamento laddove i consumi lo richiedevano.



- Sostituzione di impianti di condizionamento obsoleti con altri più moderni ed efficienti, che ha permesso di ridurre l'impegnativa di fornitura di energia elettrica.

Consumi gasolio	2000	2001	2002
Gasolio litri/anno	12.270	10.683	6.500
Gasolio litri/anno / n. addetti	15,33	13,35	8,03

La sostituzione delle vecchie caldaie a gasolio con pompe di calore alimentate ad energia elettrica ha consentito alla Banca di economizzare nell'uso di **combustibili**, in particolare gasolio.

Consumi acqua	2001	2002
Consumo acqua annuo (mc / anno)	8.890	8.800
Consumo acqua pro capite (mc/anno / n. addetti)	11,10	10,88

Consumi carta	2000	2001	2002
Consumo totale carta Kg/anno	168.561	189.090	200.000
Consumo pro capite carta Kg/anno / n. addetti	210	236	247

L'aumento della **carta consumata** per addetto è correlata all'incremento di attività e ai mutamenti organizzativi interni. E' intenzione della Banca spingere ulteriormente verso l'impiego di strumenti informatici di archiviazione dei documenti. Relativamente alla carta riciclata, la sua particolare composizione la rende utilizzabile solo in pochissimi ambiti all'interno della Banca.

Consumi cartucce inchiostrate e toner	2000	2001	2002
Cartucce inchiostrate e toner: Consumo annuo Kg/anno	3.156	3.238	3.300
Cartucce inchiostrate e toner: Consumo annuo Kg/anno/n. addetti	3,94	4,04	4,08

#### **4.7.10 Aspetti indiretti ambientali per i finanziamenti**

Nella valutazione del merito creditizio sono stati considerati gli elementi relativi al rispetto della normativa ambientale, nei seguenti casi:

- aziende operanti nel campo dello smaltimento rifiuti o del trattamento di sostanze nocive: viene svolto un approfondimento sul rischio ambientale di ogni azienda;



b) finanziamenti e contributi agevolati: la normativa nazionale (LEGGE 488/92) e regionale (POR, POP o singole misure) premia il rispetto dei parametri ambientali ai fini dell'attribuzione di punteggi.

#### **4.7.11 Contenzioso e litigiosità**

In materia ambientale, nel corso dell'anno, la Banca non ha ricevuto dagli organi di vigilanza notifiche di violazioni né di sanzioni per infrazioni commesse; in taluni casi, in sede di ispezione, sono state riscontrate lievi imperfezioni o difformità, sanate nei termini concessi dagli organi di vigilanza.

TV locali	Quotidiani locali
<p><b>Telenorba</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>passaggi pubblicitari</li></ul> <p><b>Telerama</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>sponsorizzazione dell'iniziativa "Cuore Amico".</li><li>passaggi pubblicitari.</li><li>sponsorizzazione di programmi di informazione economica ("Alle porte di Eurolandia")</li><li>sponsorizzazione trasmissioni calcistiche</li><li>passaggi informativi relativi all'iniziativa ArteReginadiPace, Fiera del Levante.</li></ul>	<p><b>Nuovo Quotidiano di Puglia</b></p> <p><b>La Gazzetta del Mezzogiorno</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>comunicazioni di eventi quali l'apertura di filiali, convegni e selezioni di personale.</li></ul> <p><b>Il Corsivo</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>collaborazione nella comunicazione dell'iniziativa di solidarietà ArteReginadiPace e realizzazione di una pubblicazione dedicata agli artisti salentini che hanno donato le proprie opere.</li></ul>

## **Banca e Media**

### **4.7.12 Obiettivi**

Il 2002 ha visto un incremento nell'utilizzo dell'attività di comunicazione esterna. In particolare, si è puntato sul canale televisivo differenziando la comunicazione a seconda del territorio: nelle zone storiche di insediamento si è cercato di rafforzare l'immagine della Banca, nelle aree di nuovo insediamento (in particolare Bari) si è voluta dare notorietà al marchio.

### **4.7.13 Qualificazione dei media utilizzati**

I media utilizzati nel 2002 sono stati prevalentemente Tv, quotidiani e radio locali.

In particolare, la Banca Popolare Pugliese è stata presente sui media:

- In modo diretto attraverso ripetuti passaggi pubblicitari visibili in ambito regionale
- In modo indiretto attraverso la sponsorizzazione di eventi e manifestazioni tra i quali spiccano:

a) il ruolo di partner finanziario dell'U.S. Lecce, la squadra di calcio della città di Lecce;

b) l'iniziativa Arte Regina di Pace.



Dal 2002 è iniziata la collaborazione con il gruppo Norba per la programmazione di spot tesi a migliorare la conoscenza del marchio della Banca anche nel territorio barese.

#### **4.7.14 Contenzioso e litigiosità**

Non esistono per il 2002 casi di contenzioso con i mezzi di informazione né diffide.

### **Banca e comunità virtuale**

#### **4.7.15 Obiettivi**

In continuità con gli anni precedenti, l'approccio della Banca ai servizi di virtual banking ha avuto l'obiettivo di:

- garantire alla clientela la fruibilità dei servizi informatici;
- portare sul canale telematico una quota sempre più ampia di operatività di "sportello".

La Banca ha puntato verso una operatività virtuale "sicura" attraverso procedure e sistemi affidabili tali da garantire nessuna contestazione.

Anche se al momento non appaiono significative le

esperienze di vendita a distanza, la Banca si prepara a lanciare sul mercato innovativi servizi di e-commerce abbinati a soluzioni di Sistema. Rimane fermo **l'orientamento della Banca verso un giusto equilibrio fra ricorso alla tecnologia e all'attività umana.**





#### 4.7.16 Caratteristiche e analisi dei “contatti”

Nel corso del 2002 il flusso dei contatti telematici tra i clienti e la Banca ha avuto il seguente andamento:

Nel 2002 è aumentata l'operatività del Customer Care Digibank, a supporto dello sviluppo dei contatti nell'area privati e nell'area imprese.

##### **Bollettino bancario freccia**

E' un software che permette la gestione e la stampa del bollettino bancario.

Il software distribuito dall'ABI alle proprie associate è disponibile gratuitamente per la clientela della Banca sul sito [www.bpp.it](http://www.bpp.it)

Andamento 2002 dei contatti telematici	
<b>Settore Privati</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Digiborsa</b> (trading on line)</li><li>• <b>Digiweb</b> (Internet banking)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• elevati livelli di utilizzo</li><li>• in aumento i contatti per “servizi finanziari diversi” (bonifici, informativa sui conti, ecc.)</li><li>• in flessione rispetto al 2002 i contatti per Digiborsa a causa dell'andamento dei mercati</li><li>• avvio di Digicall, servizio di phone banking on line integrato con Internet banking</li></ul>
<b>Settore Imprese</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Digimpresa</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• aumento del 29% delle disposizioni ricevute on line per effetto del lancio di <b>bollettino freccia</b>, nuovo servizio di incasso.</li></ul>

Numero di operazioni dispositive registrate		
	2001	2002
Remote banking (corporate banking interbancario)	170.278	219.362
Internet banking	3.625	8.001
Trading on line (versione pull)	17.465	21.441
Trading on line (versione push)	27.413	14.938
<b>Totale</b>	<b>218.781</b>	<b>263.742</b>



#### Customer Care Digibank

- assistenza tecnica e commerciale ai servizi di banca virtuale
- supporto informativo a potenziali clienti
- contatti per l'approfondimento delle tematiche finanziarie
- gestione richieste di innovazione dei servizi
- supporto operativo e commerciale alla rete filiali e agli Assistenti alla clientela
- assistenza post-vendita su servizi di accesso telematico\*
- promozione di prodotti telematici\*

\* dal 2002

Customer Care Digibank		
	2001	2002
Numero addetti	5	5
Numero contatti	22.960	26.103
di cui in out bound (in uscita)	n.d.	12.890

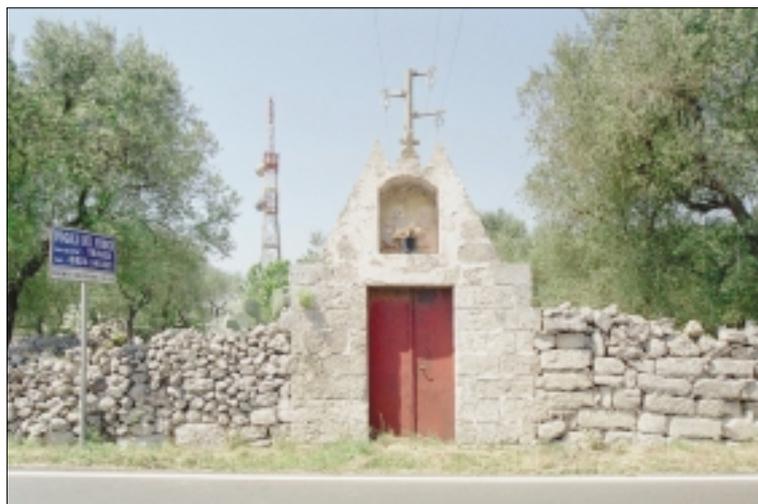
ha rafforzato nel 2002 il **Nucleo di Assistenti alla clientela** (23 unità nel 2001, 26 unità a fine 2002).

#### **4.7.17 Tutela della sicurezza per le operazioni di “virtual banking”**

Nel 2002 la Banca ha mantenuto il sistema dei presidi di sicurezza descritti l'anno precedente, i quali hanno garantito completa sicurezza delle operazioni. Elementi determinanti di tale risultato sono la correttezza delle persone e la presenza di sistemi di sicurezza gestiti con certificati di crittografia e diversi livelli di password.

#### **4.7.18 Azioni di sensibilizzazione alla cultura dell'Information Technology**

Per favorire il graduale passaggio tecnologico e culturale dei clienti verso il Virtual Banking, la Banca



#### **4.7.19 Contenzioso e litigiosità**

A conferma dell'attenzione posta dalla Banca, nel fornire procedure e servizi virtuali affidabili, si evidenzia l'assenza di **contestazioni da parte della clientela**, sia imprese sia privati.



partequinta

## Sistema di rilevazione del consenso





Per rilevare il grado di soddisfazione degli stakeholders e coglierne le aspettative legittime di miglioramento, la Banca ha pianificato il seguente sistema di rilevazione sul Bilancio Sociale 2002:

- **STAKEHOLDERS INTERNI:**
  - questionario allegato
  - questionario sulla corporate identity (settembre-ottobre 2003)
  
- **STAKEHOLDERS ESTERNI:**
  - questionario allegato
  - panel sulla customer satisfaction (svolto nel 2002 su clienti investitori e dealer)
  - osservatorio sul bilancio sociale nel territorio (ottobre-novembre 2003)

I risultati del panel sulla customer satisfaction sono riportati al paragrafo 4.3.5.



Gli altri strumenti di rilevazione *verranno attivati successivamente alla pubblicazione del presente Bilancio*.

In particolare, l'Osservatorio sarà strutturato in panel, composti da persone rappresentative degli interessi e delle istanze del territorio.

I **risultati** saranno diffusi e pubblicati su Internet; essi costituiranno il punto di partenza per valutare il grado di sostenibilità delle scelte assunte e individuare nuove aree di miglioramento



partesesta

## Proposta di miglioramento orientamento della futura gestione



santi della str



La Banca Popolare Pugliese vuole rendere sempre più il Bilancio Sociale non solo un momento episodico- limitato al periodo di raccolta dati e pubblicazione del documento- ma un processo di gestione responsabile, che attraversa le tradizionali attività della Banca per produrre risultati sostenibili.

La sostenibilità è il punto di equilibrio tra 3 tipi di performance: le 3P.

# 3P per lo sviluppo sostenibile

**PROFIT**  
Profitto

**PEOPLE**  
Persone

**PLANET**  
Ambiente

Performance	Impegni di miglioramento
<b>Profitto</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aumento del tasso di crescita degli impieghi.</li> <li>2. Controllo dei costi e tenuta della redditività.</li> </ol>
<b>Persone</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Rilevazione periodica del consenso degli stakeholders del territorio (<i>cfr. paragrafo precedente</i>).</li> <li>4. Riorganizzazione etica della Banca, rafforzando e "rendendo più vivo" il Codice Etico nei rapporti con gli stakeholders, in particolare i dipendenti.</li> <li>5. Previsione di sconti alle imprese dotate di certificazione SA8000.</li> <li>6. Sviluppo di strumenti destinati a fasce deboli della popolazione (credito di pegno, agevolazioni per adozioni e altro).</li> <li>7. Maggiore attenzione alla trasparenza nei rapporti con i clienti.</li> </ol>
<b>Ambiente</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>8. Monitoraggio dei consumi di beni a forte impatto ambientale.</li> <li>9. Introduzione delle certificazioni ambientali tra i criteri di scelta dei fornitori.</li> <li>10. Previsione di sconti alle imprese dotate di un sistema di gestione ambientale certificato.</li> </ol>



## Appendice

### Conto economico riclassificato

(€/1.000)	2000	2001	2002
Interessi attivi e proventi assimilati	99.177	107.151	104.728
Interessi passivi e oneri assimilati	-33.270	-41.138	-39.748
Dividendi e altri proventi	170	199	197
<b>Margine di interesse</b>	<b>66.077</b>	<b>66.212</b>	<b>65.177</b>
Commissioni attive nette	27.676	24.738	25.230
Profitti da operazioni finanziarie	-8.237	3.807	781
Altri proventi e oneri di gestione	8.174	10.022	10.211
<b>Margine di intermediazione</b>	<b>93.690</b>	<b>104.779</b>	<b>101.399</b>
Spese amministrative	-64.421	-67.446	-69.751
<b>Risultato lordo di gestione</b>	<b>29.269</b>	<b>37.333</b>	<b>31.648</b>
Accantonamenti, rettifiche e riprese	-13.673	-20.099	-14.219
<b>Utile delle attività ordinarie</b>	<b>15.596</b>	<b>17.234</b>	<b>17.429</b>
Proventi/oneri straordinari e accantonamenti a riserve patrimoniali	581	-653	-1.334
Variazione fondo rischi bancari generali	0	-730	0
<b>Utile al lordo imposte</b>	<b>16.177</b>	<b>15.851</b>	<b>16.095</b>
Imposte sul reddito di esercizio	-9.167	-8.550	-8.550
<b>Utile netto</b>	<b>7.010</b>	<b>7.301</b>	<b>7.545</b>

### Stato patrimoniale riclassificato

(€/1.000)	2000	2001	2002
<b>ATTIVO</b>			
Cassa e disponibilità	15.476	20.651	19.211
Totale crediti *	1.202.168	1.271.372	1.560.329
Titoli non immobilizzati	290.829	465.796	392.396
Immobilizzazioni	165.946	163.955	161.469
Altre voci dell'attivo	100.140	130.872	65.600
<b>Totale Attivo</b>	<b>1.774.559</b>	<b>2.052.646</b>	<b>2.199.005</b>
<b>PASSIVO</b>			
Totale debiti	1.520.943	1.777.585	1.924.862
Fondi a destinazione specifica	32.491	36.713	34.692
Altre voci del passivo	59.759	72.107	69.290
Fondi rischi bancari generali	9.217	9.947	9.947
Passività subordinate	25.154	25.741	26.296
Patrimonio netto	126.995	130.553	133.918
<b>Totale Passivo</b>	<b>1.774.559</b>	<b>2.052.646</b>	<b>2.199.005</b>

\* al netto della svalutazione crediti.



Revisione e organizzazione contabile

KPMG S.p.A.  
Via Imbriani, 38  
73100 LECCE LE

Telefono (0832) 317930

Telefax (0832) 8317931

## Relazione della società di revisione sul bilancio sociale Attestazione di conformità

Al Consiglio di Amministrazione della  
Banca Popolare Pugliese Soc. Coop. per Azioni a r.l.

- 1 Abbiamo svolto alcune verifiche di conformità ed analisi sul bilancio sociale al 31 dicembre 2002 della Banca Popolare Pugliese Soc. Coop. per Azioni a r.l., descritte nel paragrafo 2 della presente relazione.

Le procedure di verifica sono state svolte al fine di valutare l'affermazione del Consiglio di Amministrazione, riportata nel paragrafo "Premessa metodologica" del bilancio sociale al 31 dicembre 2002, secondo cui lo stesso è stato predisposto in conformità al "Modello ABI/IBS di redazione del bilancio sociale per il settore del credito" e alle linee guida definite nel documento GBS – Gruppo di studio per la statuizione dei principi di redazione del bilancio sociale. La responsabilità della predisposizione del bilancio sociale in accordo con i menzionati principi compete agli amministratori della Banca.

- 2 Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati dai principi di revisione statuiti a livello internazionale della International Federation of Account (IFAC), applicabili nella fattispecie, e dalla AA 1000 Assurance Standard. Tali principi richiedono che l'attività di verifica sia pianificata e condotta al fine di poter valutare l'affermazione del Consiglio di Amministrazione richiamata nel paragrafo 1.

Le procedure di verifica da noi svolte sono state le seguenti:

- verifica della rispondenza dei dati e delle informazioni di carattere economico-finanziario ai dati e alle informazioni riportate nel bilancio d'esercizio della Banca Popolare Pugliese Soc. Coop. per Azioni a r.l. al 31 dicembre 2002, approvato dall'assemblea dei soci e su cui è stata emessa la relazione di revisione contabile in data 27 marzo 2003;
- analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi. In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:
  - interviste e discussioni con i delegati dalla Direzione e il personale della Banca, al fine di ottenere una generale comprensione dell'attività della stessa, di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting alla base della predisposizione del bilancio sociale e di rilevare processi e procedure a supporto della raccolta, aggregazione, elaborazione e trasmissione dei dati e delle informazioni alla funzione responsabile della predisposizione del bilancio sociale;



KPMG S.p.A. è membro della KPMG International.

Milano Ancona Bari Bergamo Bologna Bolzano  
Brescia Catania Como Firenze Foggia Genova Lecce  
Napoli Novara Padova Palermo Parma Perugia  
Pescara Roma Torino Treviso Trieste Udine Varese  
Vercelli

Società per azioni  
Capitale sociale Euro 4.266.823,65 i.v.  
Registro imprese Milano N. 276923  
R.E.A. Milano N. 512807  
Cod. Fisc. e IVA 01709600189  
Sede legale: Via Vittor Pisani, 25 - 20124 Mila

- analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del bilancio sociale, al fine di ottenere una conferma dell'attendibilità delle informazioni acquisite attraverso le interviste e dell'efficacia dei processi in atto, della loro adeguatezza in relazione agli obiettivi descritti e del funzionamento del sistema di controllo interno per il corretto trattamento dei dati e delle informazioni;
  - analisi della completezza e congruenza interna delle informazioni qualitative riportate nel bilancio sociale. Tale attività è stata svolta sulla base delle linee guida di riferimento sopra evidenziate;
  - ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal legale rappresentante della Banca, sull'attendibilità e completezza del bilancio sociale e delle informazioni e dati in esso contenuti.
- 3 Sulla base delle procedure di verifica riportate nel paragrafo 2 della presente relazione, riteniamo che il bilancio sociale al 31 dicembre 2002 della Banca Popolare Pugliese Soc. Coop. per Azioni a r.l. sia conforme alle linee guida con riferimento alle quali è stato predisposto, riportate nel paragrafo "Premessa metodologica" dello stesso. Inoltre, i dati di carattere economico e le informazioni contenute nel bilancio sociale corrispondono ai dati ed alle informazioni del bilancio d'esercizio e gli altri dati ed informazioni sono coerenti con la documentazione fornitaci e rispondenti ai contenuti richiesti dalle linee guida in conformità ai quali il bilancio sociale stesso è stato predisposto.
- 4 Nel seguito esponiamo il seguente richiamo all'informativa riportata dagli amministratori nel paragrafo "Sistema di rilevazione del consenso" del bilancio di sociale al 31 dicembre 2002 della Banca Popolare Pugliese Soc. Coop. per Azioni a r.l., al fine di uniformarsi compiutamente alle linee guida che disciplinano il processo di gestione responsabile per lo sviluppo sostenibile, nonché la redazione del bilancio di sociale stesso.

La Banca Popolare Pugliese Soc. Coop. per Azioni a r.l. si propone di portare a completamento, nel corso del secondo semestre del 2003, il processo di rilevazione del consenso già avviato con tutte le controparti, al fine di sottoporre a verifica delle controparti stesse sia il bilancio sociale che il comportamento della Banca nei loro confronti.

Lecce, 7 luglio 2003

KPMG S.p.A.



Salvatore Sanna  
Socio

## Banca Popolare Pugliese Bilancio Sociale 2002

---

### **Supervisione**

*Direttore Generale:* Vito Primiceri

### **Coordinamento**

*Amministrazione:* Mauro Buscicchio  
Romina Rizzo

### **Funzioni coinvolte**

*Amministrazione:*

Maurizio Brindisino, Cosimo Muci

*Approvvigionamenti e Servizi Generali:*

Giorgio Parrotta

*Crediti:* Riccardo Caggia

*Crediti Speciali:* Pierluigi Reho

*Digibank:* Luigi Arigliano

*Ispettorato e Controllo Rischi:* Riccardo Bassotti

*Legale:* Alberto Giaccari

*Marketing:* Valeria Lupo

*Personale:*

Fernando D'Amico, Lucio Volpe, Giovanna Ponzi

*Pianificazione e Controllo di Gestione:*

Salvatore Alemanno

*Segreteria Generale:* Giuseppe Tondi

*Tesoreria Enti:* Stefano Invidia

### **Grafica e pubblicazione**

*Segreteria Generale:* Giuseppe Tondi

### **Elaborazione del modello**

Istituto Europeo per il Bilancio Sociale - Milano

Roberto Marziantonio, Enrico Rimoldi

### **Coordinamento organizzativo**

Marco Fabio Capitanio, Andrea Carlà,

Pierpaolo Pagliarini, Mauro Calogiuri

**SEAN**

Social & Ethical,

Auditing & Accounting Network

### **Documentazione fotografica**

Fernando Bevilacqua: pp. 1, 4, 8, 14, 16, 17, 21, 35, 37,

42, 43, 44, 45, 54, 60, 73, 77, 80, 84, 89, 91, 92, 94.

Archivio Capone Editore: pp. 22, 23, 28, 63, 69.

Michele Coccioli: pp. 32, 33.

*In copertina:*

Una "cuneddha"

nella campagna di Cellino San Marco (Brindisi).

Finito di stampare  
nel mese di luglio 2003  
presso gli stabilimenti tipografici  
**Martano Editrice s.r.l.**  
Lecce