



SCUOLA DI FORMAZIONE
PER L'ALTA DIRIGENZA
IN DOTTRINA SOCIALE DELLA CHIESA

La DSC per fare banca

Roma, 12 novembre 2011

Il modo di “fare banca” del Gruppo BPVi

Roma, 12 novembre 2011



**Banca
Popolare di Vicenza**

Tradizione e futuro

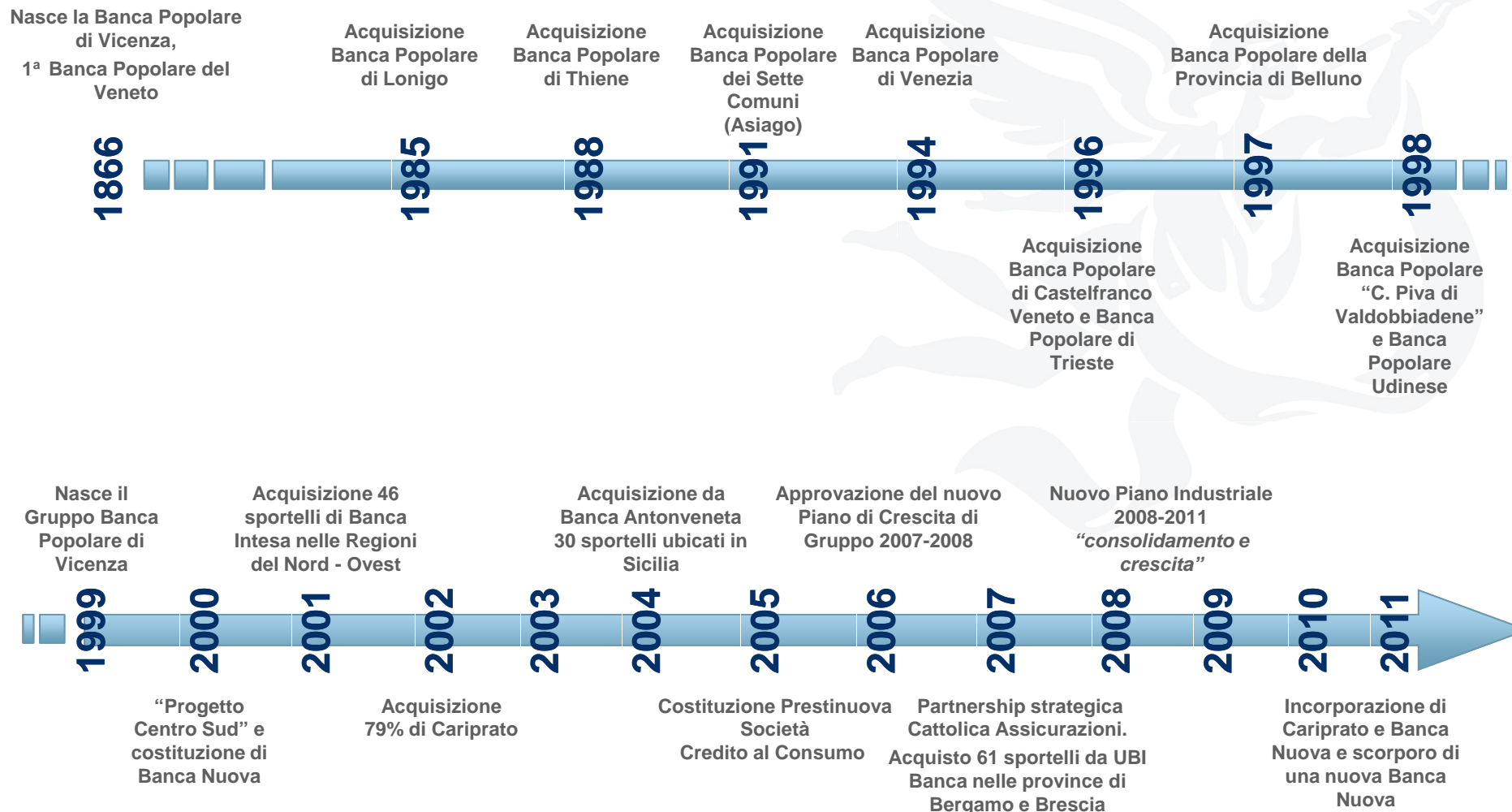


- **Storia e posizionamento del Gruppo BPVi**

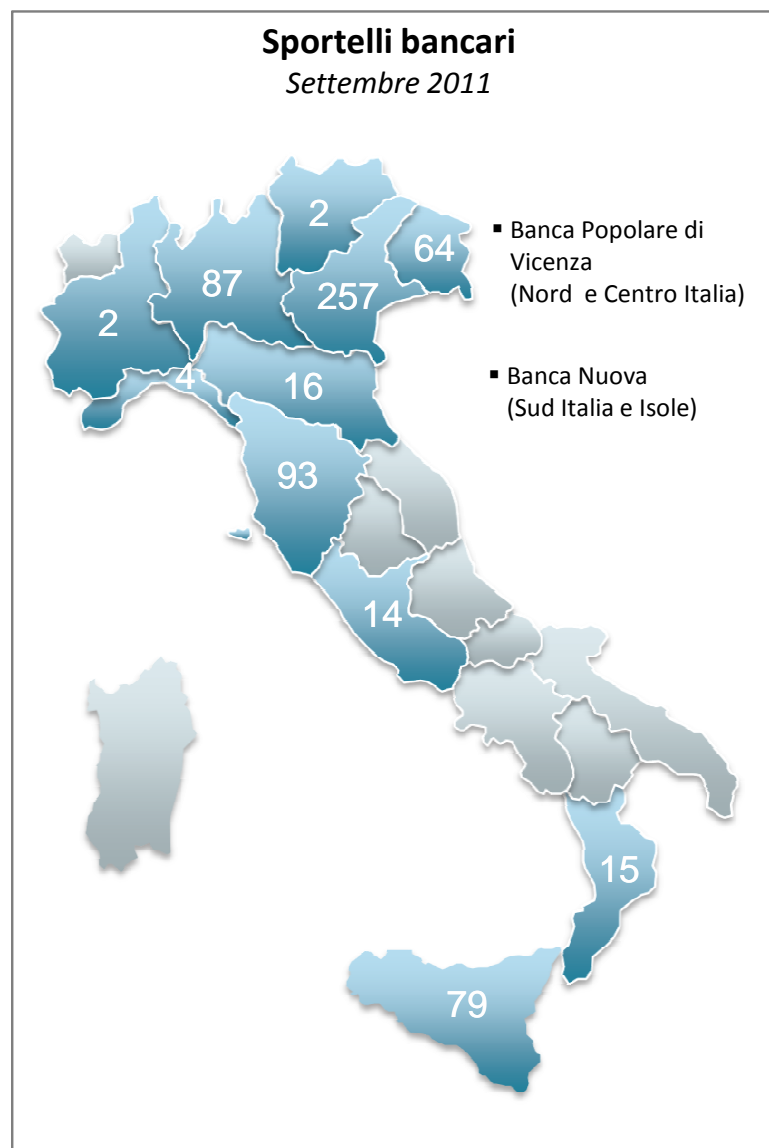
- **Il modo di “fare banca” del Gruppo BPVi**

- **I risultati raggiunti**

Banca Popolare di Vicenza - La storia di una Banca in crescita



Presenza geografica nazionale del Gruppo BPVi al 30 settembre 2011



Regione	Provincia	Totale	Regione	Provincia	Totale
VENETO	BELLUNO	16	TOSCANA	AREZZO	5
	PADOVA	31		FIRENZE	23
	ROVIGO	5		GROSSETO	2
	TREVISO	54		LIVORNO	3
	VENEZIA	25		LUCCA	8
	VICENZA	95		MASSA	2
VERONA	31	PISA		6	
Totale Veneto		257		PISTOIA	8
FRIULI-VENEZIA GIULIA	GORIZIA	6		PRATO	33
	PORDENONE	14		SIENA	3
	TRIESTE	8	Totale Toscana		93
	UDINE	36	LAZIO	FROSINONE	1
Totale Friuli Venezia Giulia		64	LATINA	1	
LOMBARDIA	BERGAMO	25	RIETI	1	
	BRESCIA	36	ROMA	11	
	COMO	1	Totale Lazio		14
	LODI	1	CALABRIA	CATANZARO	4
	MONZA E BRIANZA	1	COSENZA	6	
	MILANO	13	REGGIO CALABRIA	4	
	MANTOVA	3	VIBO VALENTIA	1	
	PAVIA	5	Totale Calabria		15
VARESE	2	SICILIA	AGRIGENTO	5	
Totale Lombardia		87	CALTANISSETTA	2	
EMILIA ROMAGNA	BOLOGNA	3	CATANIA	6	
	FERRARA	1	ENNA	2	
	MODENA	2	MESSINA	10	
	PIACENZA	1	PALERMO	28	
	PARMA	5	RAGUSA	4	
	RAVENNA	1	SIRACUSA	4	
REGGIO EMILIA	2	TRAPANI	18		
Totale Emilia Romagna		15	Totale Sicilia		79
LIGURIA	GENOVA	2			
	IMPERIA	2			
Totale Liguria		4			
PIEMONTE	ASTI	1			
	TORINO	1			
Totale Piemonte		2			
TRENTINO - ALTO ADIGE	TRENTO	2			
Totale Trentino Alto Adige		2			
TOTALE FILIALI GRUPPO BPVI					633

Sportelli Bancari	633
Uffici Private Banking	27
Negozi Finanziari	17
Totale Punti Vendita	677

Presenza all'estero

- 📍 Ufficio di Rappresentanza BPVi
- 📍 Società Bancassurance e Proprietary Trading partecipate da BPVi
- 📍 Partnership Banche Est Europa



Posizionamento competitivo al 30 giugno 2011

Primi 10 Gruppi per numero sportelli – Giugno '11

	Sportelli (#)
1 Unicredit	9.518
2 Intesa San Paolo	7.290
3 Monte dei Paschi di Siena	2.955
4 Banco Popolare	2.104
5 Ubi Banca	1.886
6 Banca Pop. Emilia Romagna	1.301
7 Cariparma*	905
8 BNL*	780
9 Banca Popolare di Milano	776
10 Carige	670
11 Gruppo BPVi	632
12 Veneto Banca	574

9° posto
escluse Banche
appartenenti a
Gruppi esteri

(*) Banche appartenenti a Gruppi Esteri

Primi 10 Gruppi per totale attivo – Giugno '11

	Totale Attivo (€ m)
1 Unicredit	918.772
2 Intesa San Paolo	644.673
3 Monte dei Paschi di Siena	243.892
4 Banco Popolare	138.238
5 Ubi Banca	132.751
6 BNL*	98.125
7 Banca Pop. Emilia Romagna	59.354
8 Banca Popolare di Milano	56.030
9 Cariparma*	52.211
10 Carige	42.374
11 Gruppo BPVi	38.441
12 Veneto Banca	35.840

Espansione della rete distributiva



- 
- **Storia e posizionamento del Gruppo BPVi**
 - **Il modo di “fare banca” del Gruppo BPVi**

- ✓ **I Valori e la Mission**

- ✓ **Le caratteristiche della Compagine Sociale**

- ✓ **L’operatività del Gruppo**

- ✓ **La mutualità**

- **I risultati raggiunti**

I valori di riferimento della Banca Popolare di Vicenza

La Banca Popolare di Vicenza, fin dal lontano 1866, anno della sua fondazione, si poneva come **obiettivo principale quello di operare** *“...affinché le classi lavoratrici, le piccole industrie, il minuto commercio, ed i bottegaj potessero agevolmente godere del credito sorto dal fecondo e liberale principio della previdenza e della mutualità”*.

(tratto dal “Manifesto Programmatico della Banca Popolare di Vicenza del 1867”).



Da ciò derivano i **valori di riferimento della nostra Banca, tipici del modello di banca popolare** e che possono essere sintetizzati nel:

- ❑ **mantenimento di un legame simbiotico con il territorio**, attraverso il servizio ed il sostegno all’economia locale ed alle imprese, in particolare medio/piccole, la vicinanza alle famiglie, nonché una mirata, ma costante e significativa presenza in iniziative sociali e culturali a beneficio delle aree di insediamento;
- ❑ **attenzione alla creazione di valore per i diversi “Stakeholder”**, ovvero i portatori di interessi verso l’azienda e più in particolare i soci e gli azionisti ma anche i clienti, i dipendenti, i fornitori, e più in generale l’intera comunità locale.

La Mission della Banca Popolare di Vicenza

La consapevolezza del proprio ruolo sociale di sostegno dell'economia locale, ed in particolare delle famiglie produttrici e consumatrici e delle piccole e medie imprese, è declinata nella **Mission del Gruppo BPVi**.

Essere e rimanere nel tempo l'azienda bancaria di riferimento del Nord Est e dei territori di presenza...

... al **servizio** di tutti i segmenti di famiglie, imprese e istituzioni,

LA CLIENTELA DI RIFERIMENTO

... **autonoma**, supporto reale ed affidabile per lo **sviluppo ed il consolidamento delle economie locali**,

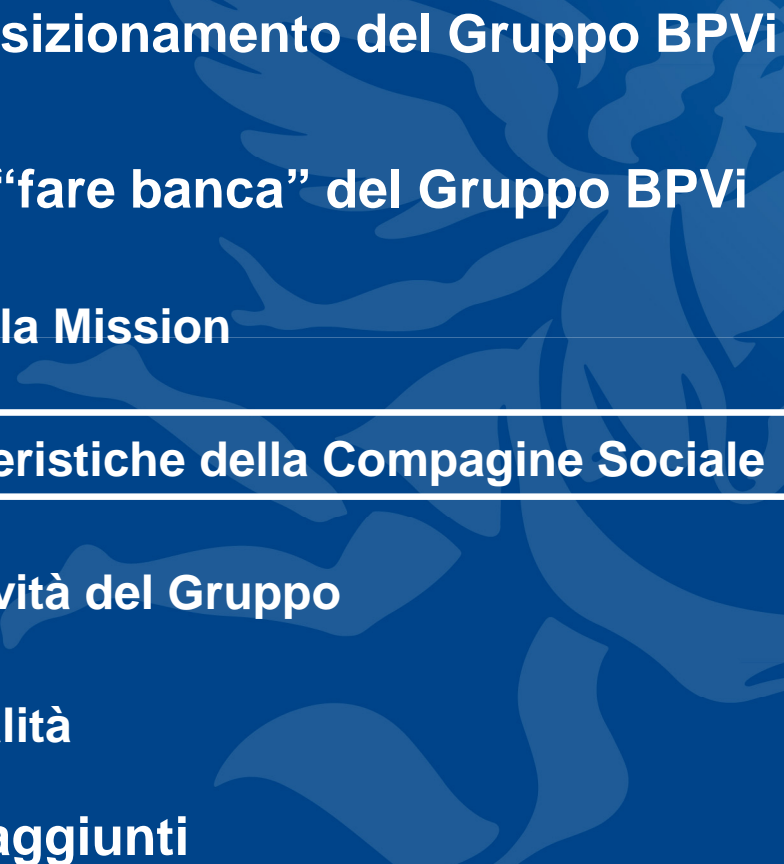
IL SUPPORTO AL TERRITORIO

... **popolare**, presente nelle iniziative economiche, culturali e sociali del territorio oltre che **creatrice di valore per i diversi stakeholders locali**,

CREAZIONE DI VALORE PER TUTTI GLI STAKEHOLDERS

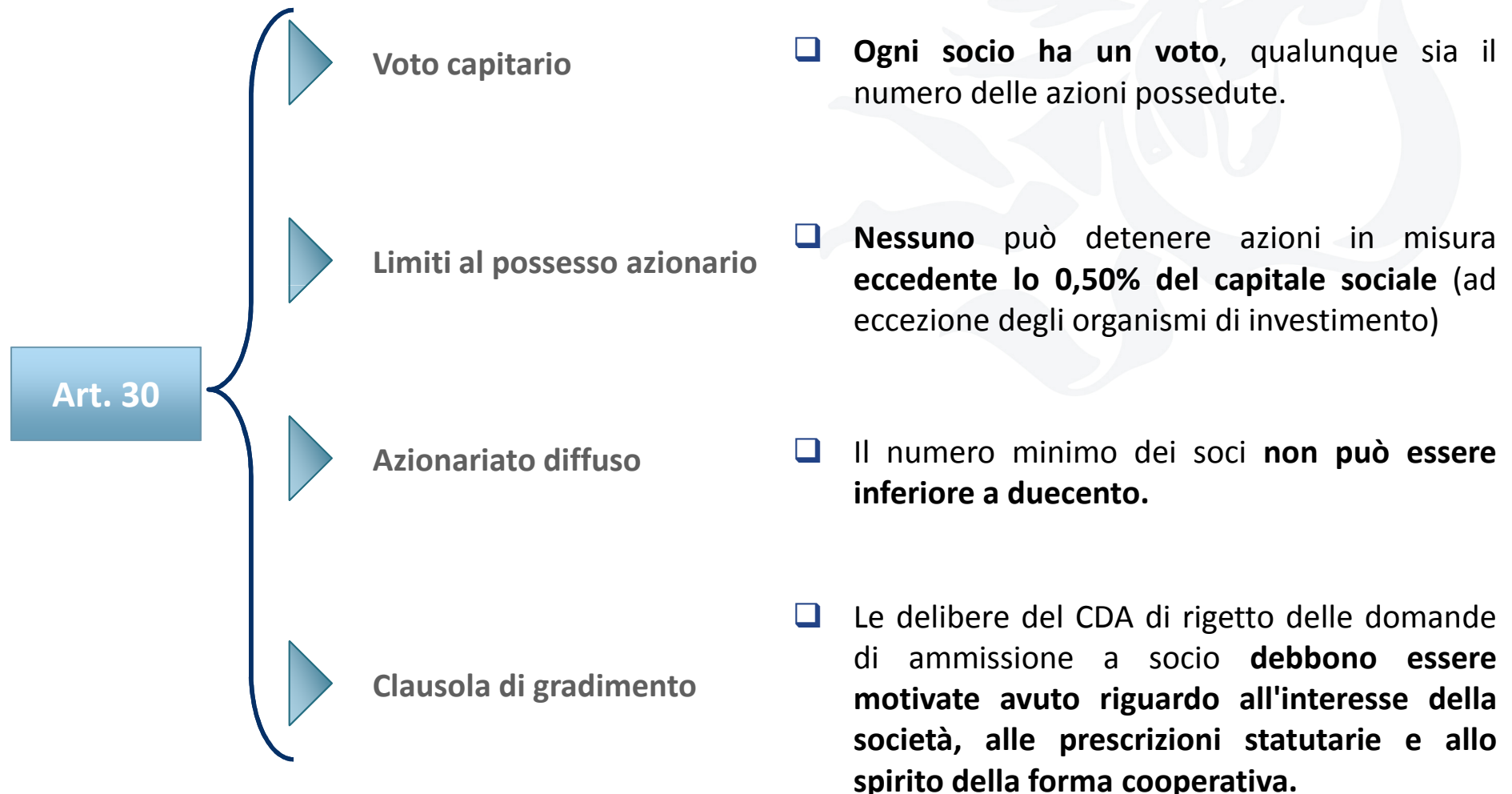
... **polo aggregante e di attrazione per altre realtà**, con le quali servire le aree del territorio nazionale che offrono le migliori opportunità.

PUNTO DI RIFERIMENTO PER ALTRE REALTA'

- 
- **Storia e posizionamento del Gruppo BPVi**
 - **Il modo di “fare banca” del Gruppo BPVi**
 - ✓ **I Valori e la Mission**
 - ✓ **Le caratteristiche della Compagine Sociale**
 - ✓ **L’operatività del Gruppo**
 - ✓ **La mutualità**
 - **I risultati raggiunti**

Il modello di governance di una banca popolare: riferimenti normativi

La governance della Banca Popolare di Vicenza, in quanto **banca popolare**, è disciplinata dalle norme contenute nel **Testo Unico Bancario** (art 29-32) che prevede in sintesi:

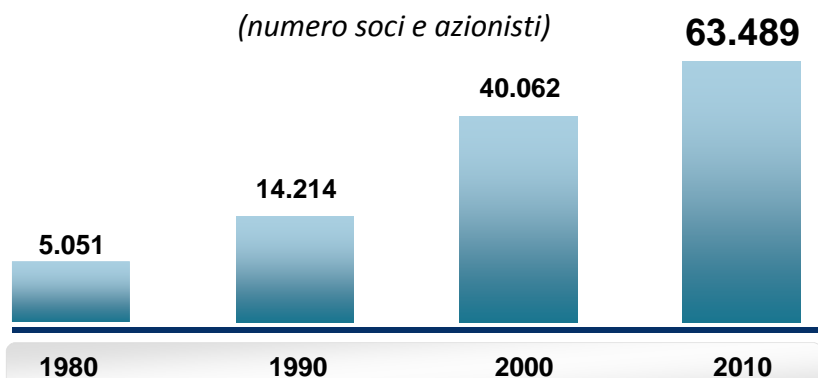


Le caratteristiche della Compagine Sociale della BPVi

Una banca popolare come la BPVi esercita l'attività bancaria come tutte le altre tipologie di intermediari finanziari, ma **con alcune particolarità che derivano direttamente dalle caratteristiche della Compagine Sociale.**

Evoluzione Compagine Sociale BPVi

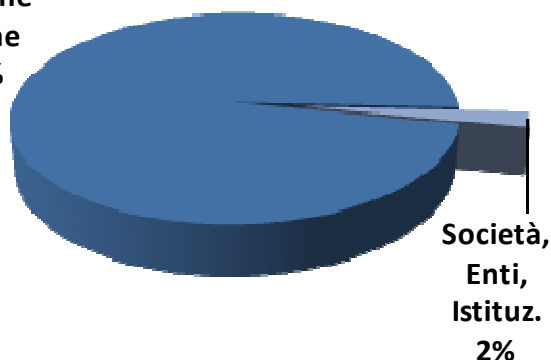
Evoluzione base sociale
(numero soci e azionisti)



Ampia base sociale costituita da **clienti, dipendenti della Banca, fornitori, istituzioni ed enti locali.**

Composizione Compagine Sociale BPVi

Persone
fisiche
98%



Compagine Sociale costituita per la quasi totalità da **persone fisiche**

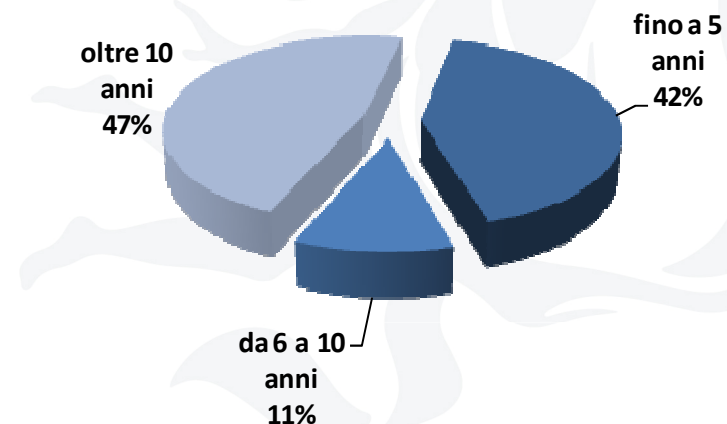
Le caratteristiche della Compagine Sociale della BPVi

Residenza anagrafica

Distribuzione geografica (Anno 2010)	Numero	%
Veneto	48.588	76,5%
Friuli Venezia Giulia	8.176	12,9%
Lombardia	2.884	4,5%
Sicilia	1.007	1,6%
Toscana	892	1,4%
Emilia Romagna	591	0,9%
Lazio	431	0,7%
Altre Regioni	781	1,2%
Estero	139	0,2%
Totale	63.489	100%

Forte radicamento nelle regioni di insediamento storico: il 76% dei Soci risiede in Veneto ed il 13% in Friuli.

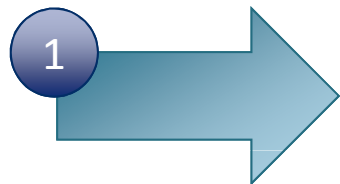
Anzianità di relazione



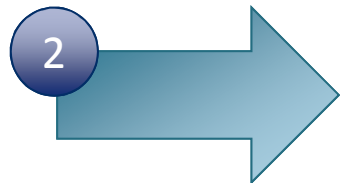
Elevato livello di fidelizzazione della Compagine Sociale: il 58% è socio della BPVi da oltre 5 anni.

Dalla Compagine Sociale all'operatività della Banca

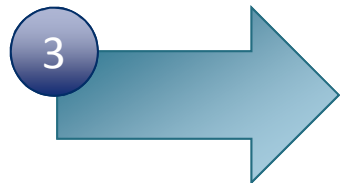
L'obiettivo della Compagine Sociale della BPVi, date le sue caratteristiche (ampia base sociale fortemente fidelizzata e rappresentativa della comunità socio-economica delle aree di presenza storica della Banca) **non si esaurisce nella massimizzazione del profitto nel breve periodo**, ma mira prevalentemente allo **sviluppo equilibrato e duraturo della Banca in sintonia con il contesto socio-economico di riferimento**. La natura e l'intensità del rapporto tra la BPVi e la propria Compagine Sociale ha una diretta influenza sul modo di "fare banca" e cioè:



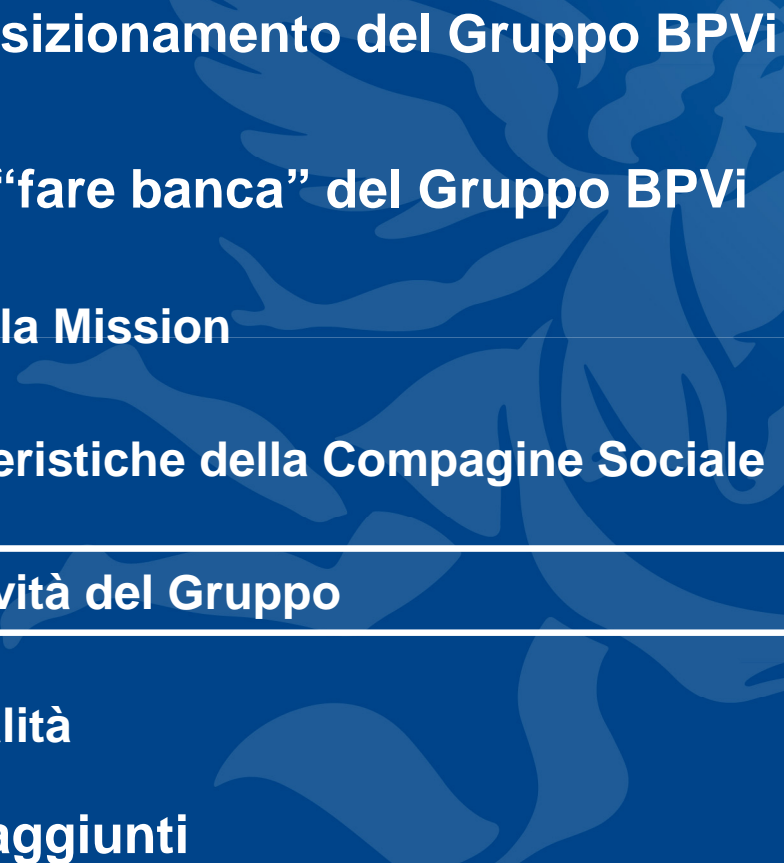
Operatività bancaria tradizionale, cioè raccolta di risparmio ed esercizio del credito



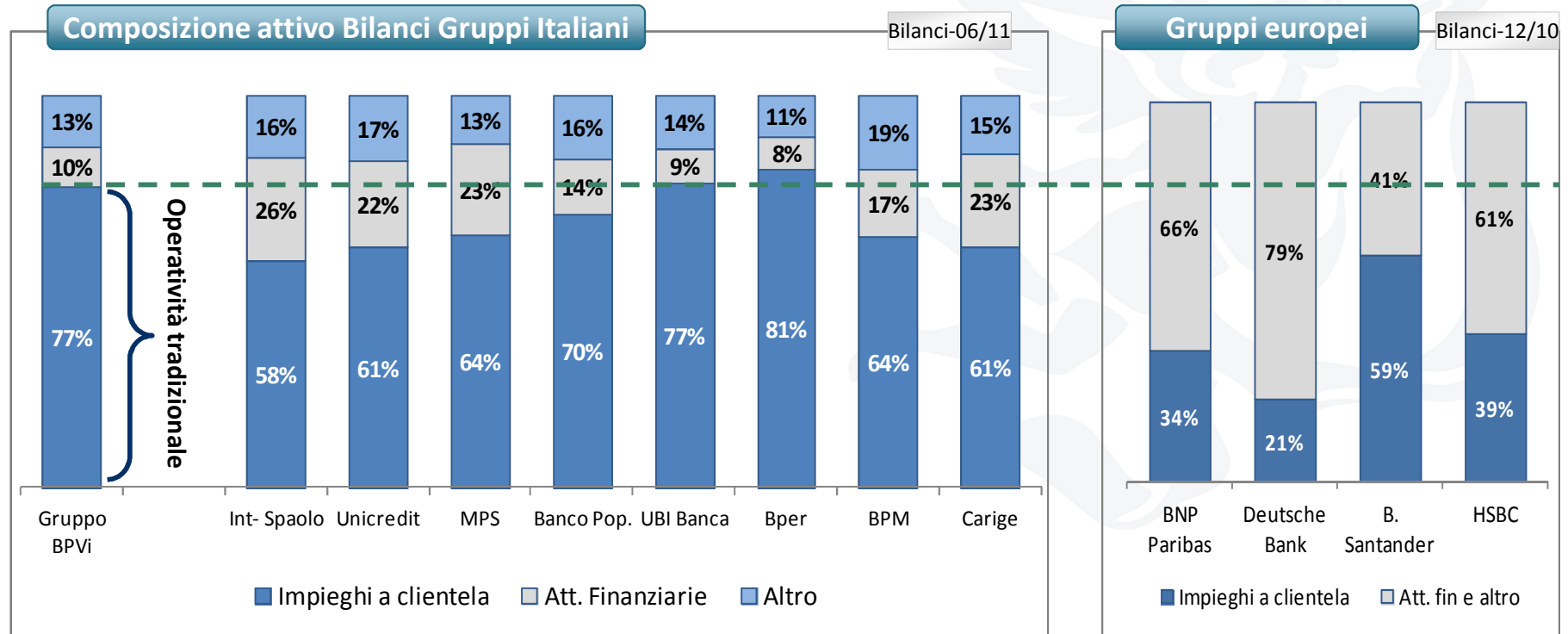
Sostegno del territorio di operatività e focalizzazione sulla clientela di riferimento, cioè famiglie e PMI.



Interventi a beneficio della collettività di riferimento, con l'obiettivo di contribuire al progresso economico e sociale della comunità (mutualità e solidarietà)

- 
- **Storia e posizionamento del Gruppo BPVi**
 - **Il modo di “fare banca” del Gruppo BPVi**
 - ✓ **I Valori e la Mission**
 - ✓ **Le caratteristiche della Compagine Sociale**
 - ✓ **L’operatività del Gruppo**
 - ✓ **La mutualità**
 - **I risultati raggiunti**

Gruppo BPVi: operatività bancaria tradizionale

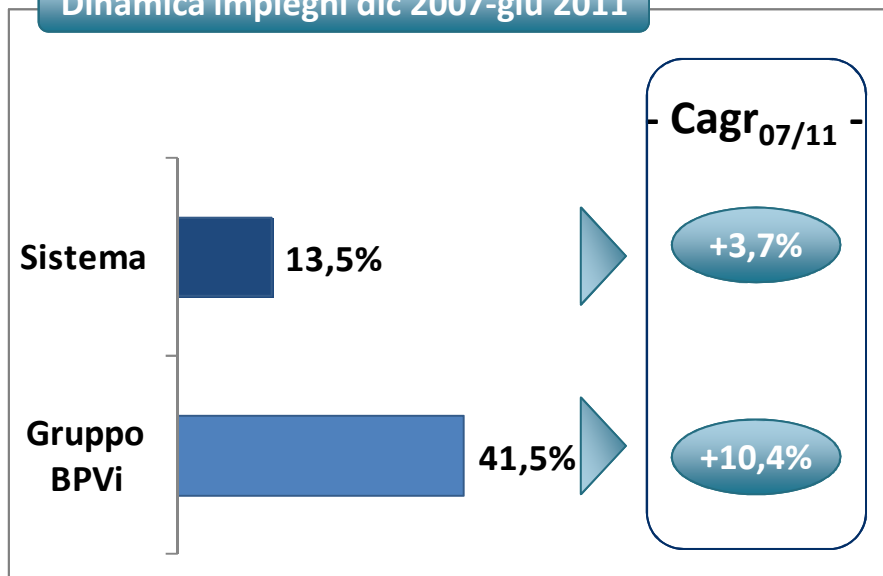


Il Gruppo BPVi, come anche le altre banche popolari, evidenzia un **maggiore orientamento all'attività commerciale tradizionale**, rappresentata dall'incidenza degli impieghi alla clientela sul totale dell'attivo.

Gruppo BPVi: sostegno al territorio

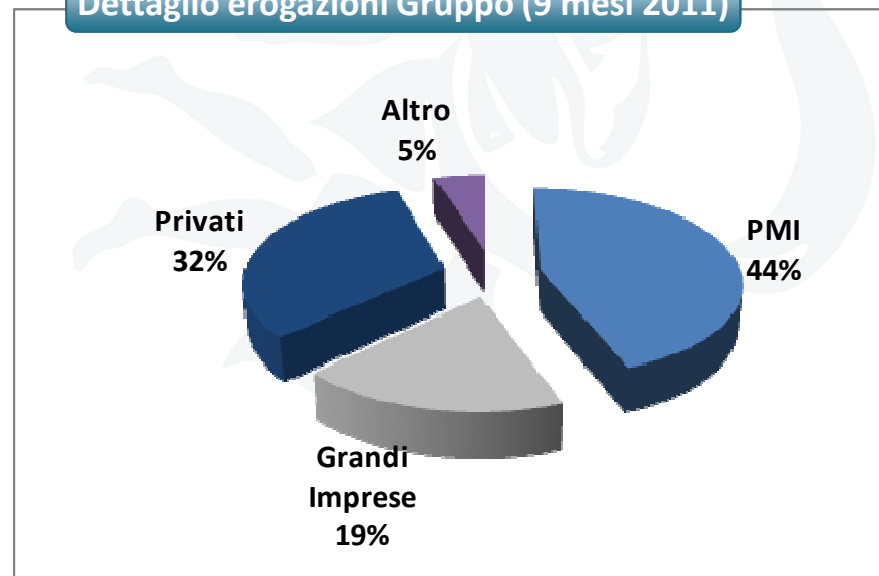
Nel difficile contesto economico che ha caratterizzato gli ultimi anni, il Gruppo BPVi si è distinto nel panorama finanziario nazionale per aver svolto con decisione il proprio ruolo di banca popolare a sostegno delle famiglie e delle imprese.

Dinamica impieghi dic 2007-giu 2011



Dal 2007 a giugno 2011 (3 anni e mezzo) gli impieghi del Gruppo BPVi sono cresciuti mediamente di **oltre il 10% all'anno** (41,5% puntuale), **quasi 3 volte la crescita registrata mediamente dal Sistema creditizio italiano.**

Dettaglio erogazioni Gruppo (9 mesi 2011)



Nei **primi 9 mesi** del 2011 erogati circa **3,3 miliardi di euro** destinati per quasi **la metà alle PMI** (imprese con fatturato fino a 50 mln) e per il **32% alle famiglie.**



- **Storia e posizionamento del Gruppo BPVi**

- **Il modo di “fare banca” del Gruppo BPVi**

- ✓ **I Valori e la Mission**

- ✓ **Le caratteristiche della Compagine Sociale**

- ✓ **L’operatività del Gruppo**

- ✓ **La mutualità**

- **I risultati raggiunti**

Lo scopo mutualistico

La BPVi, come tutte le banche popolari appartenenti all'istituto cooperativo, ha il dovere di garantire nella propria operatività anche, ma non solo, **uno scopo mutualistico** che trova realizzazione nelle seguenti forme:

Mutualità
"interna"

Predisposizione di **servizi ad hoc a favore dei Soci** esercitati a condizioni di vantaggio come ad esempio:

- Conti correnti
- Carte di credito
- Carte servizi
- Coperture assicurative

Mutualità
"esterna"

- ❑ Interventi disposti in favore del territorio, delle famiglie e delle categorie economiche, volti a **valorizzare l'economia locale** a beneficio dell'intera collettività.
- ❑ Destinazione di fondi ad **interventi di interesse sociale ed opere di beneficenza, assistenza e sostegno culturale.**

La mutualità esterna: Interventi a favore del territorio

Uno degli scopi istituzionali più importanti della BPVi è quello di **contribuire al progresso economico e sociale del proprio ambito di riferimento**. Tali interventi si articolano nelle seguenti tipologie:

- Interventi nel 2010 -

Sponsorizzazioni

- **482 interventi per un ammontare di oltre 1,3 milioni** di euro destinati principalmente ad **attività sportive ed iniziative diffuse sul territorio di operatività della Banca** (Vicenza calcio, Udinese calcio, Maratonina città di Udine, gara podistica “StraVicenza”, 15° tappa del Giro d’Italia 2010, ecc.).

Impulso all’economia locale

- **Oltre 600 mila euro per interventi istituzionali a sostegno dell’economia locale**, con particolare attenzione al mondo delle PMI (contributi alle associazioni di categoria, collaborazioni per la realizzazione di convegni su temi economici, ecc.)

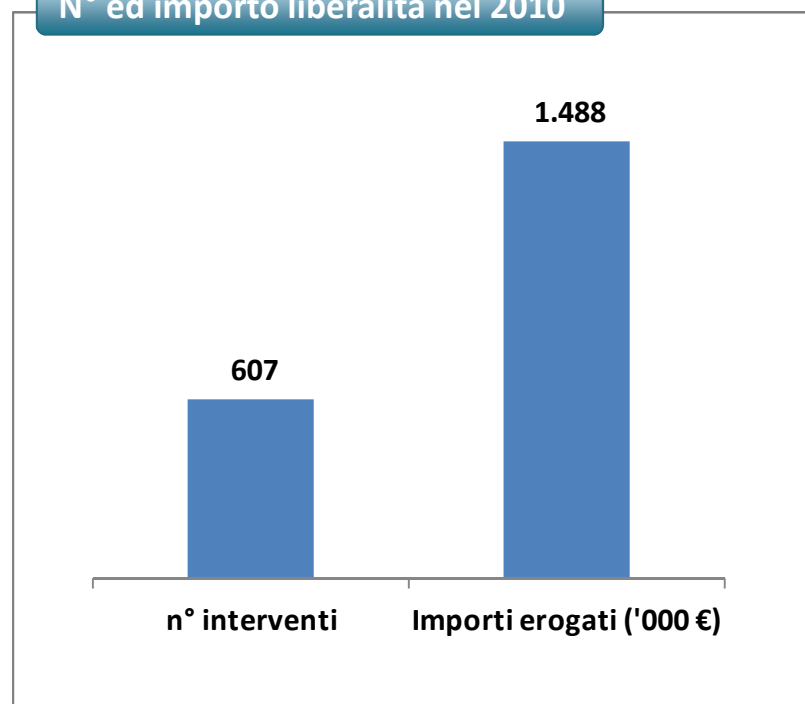
Promozione della cultura e dell’arte

- Interventi di **tutela e valorizzazione del patrimonio culturale storico ed artistico locale e del Nord Est** secondo 3 direttrici:
 - Sostegno ad iniziative culturali espresse dal territorio (premi letterari, stagioni teatrali, ecc.).
 - Promozione di attività culturali e musicali d’iniziativa della Banca (conferenze di carattere economico, concerti, ecc.).
 - Valorizzazione e condivisione del patrimonio artistico di proprietà della Banca (mostre, acquisizioni di beni d’arte, editoria, ecc.).

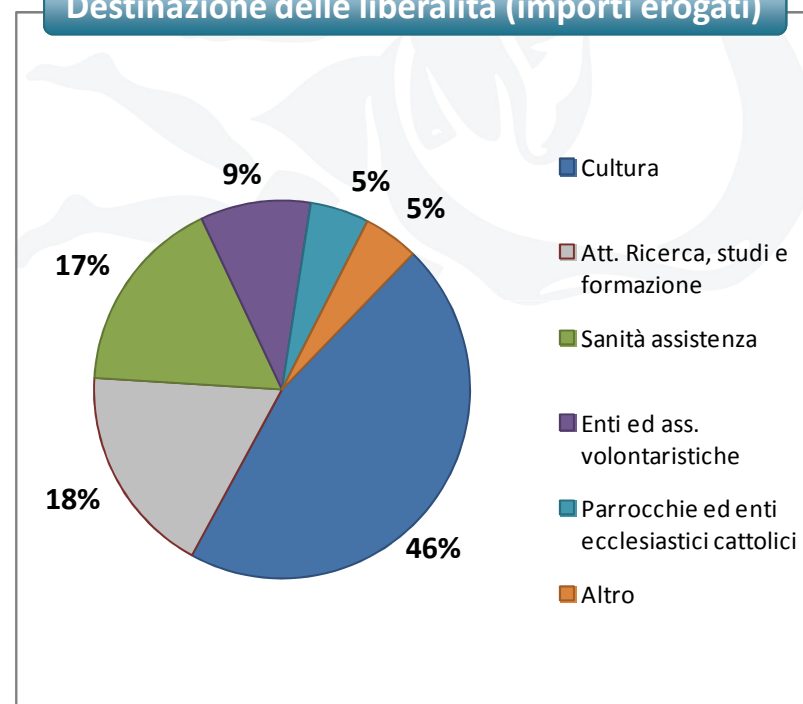
La mutualità esterna: Interventi di liberalità

L'art 32 del TUB e lo Statuto della BPVI prevedono che **una quota degli utili**, non assegnata a riserve o non distribuita ai soci, **sia ogni anno destinata a beneficenza o assistenza**.

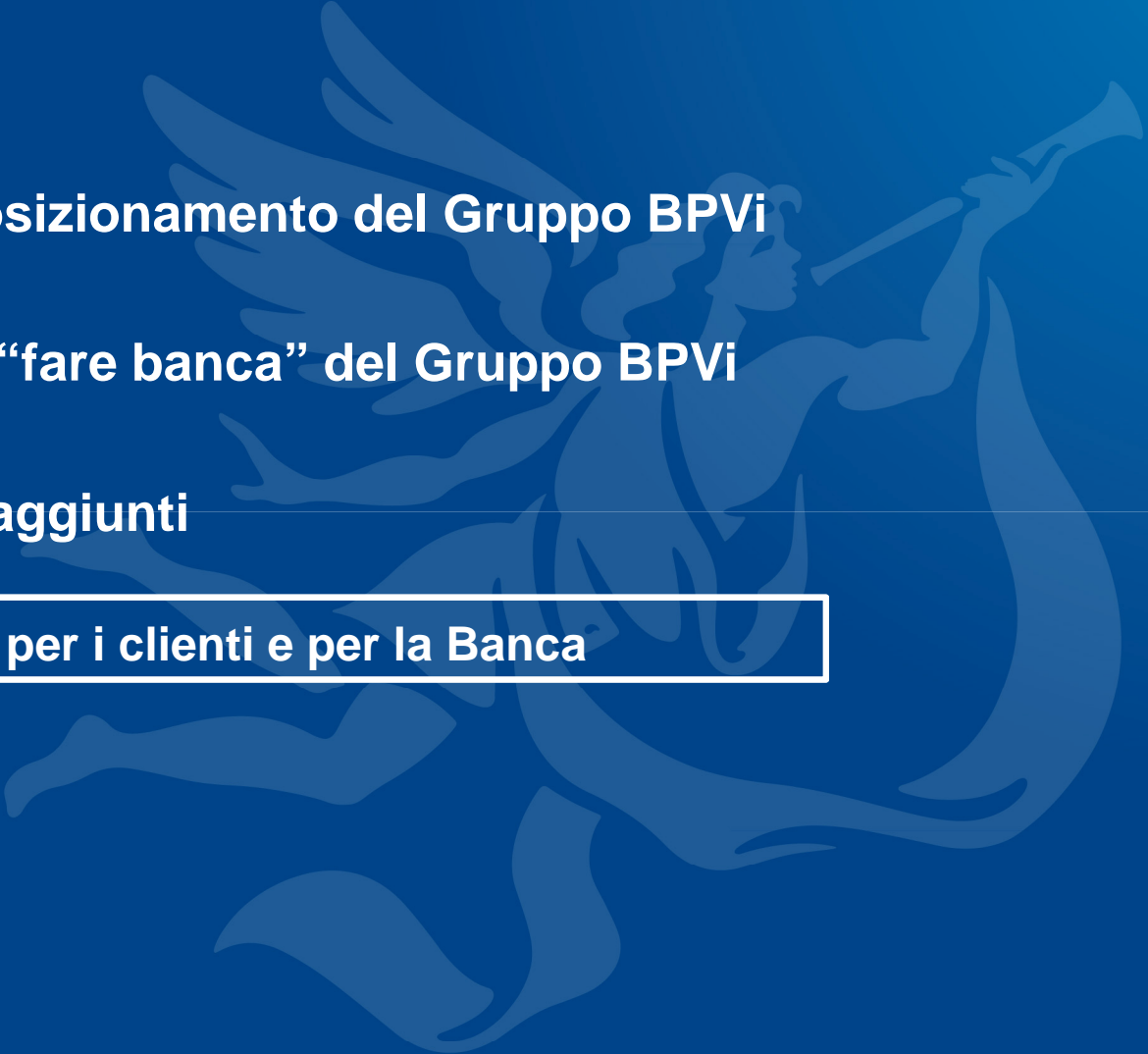
N° ed importo liberalità nel 2010



Destinazione delle liberalità (importi erogati)



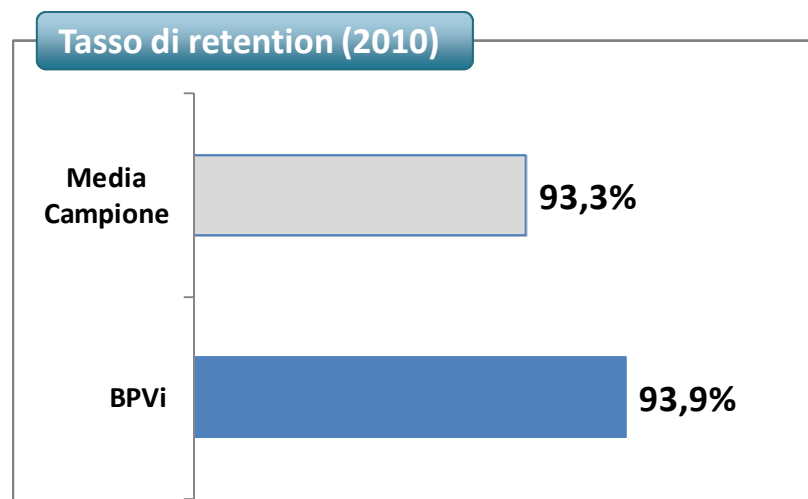
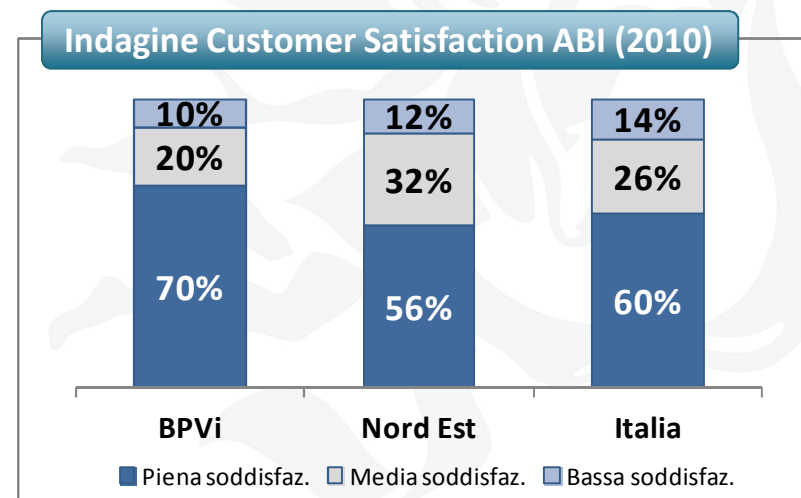
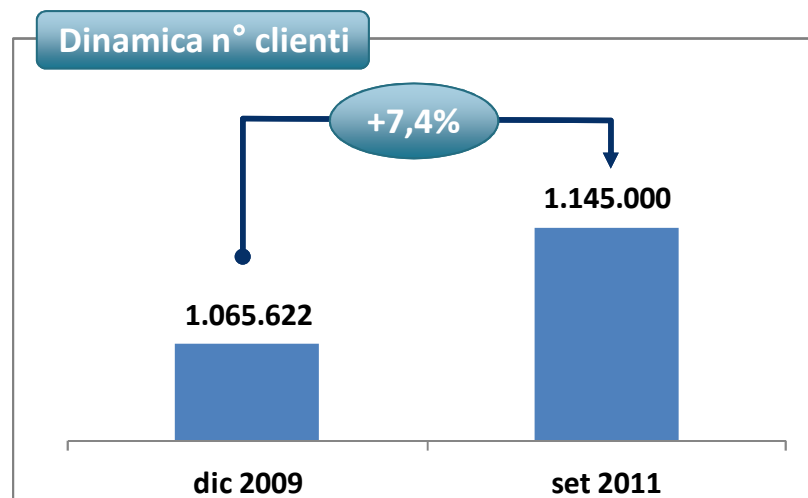
L'obiettivo perseguito dalla BPVI è stato quello di garantire la **massima capillarità e ampiezza distributiva** delle erogazioni, nell'intento di interessare il maggior numero di soggetti e gli ambiti più molteplici.

- 
- **Storia e posizionamento del Gruppo BPVi**
 - **Il modo di “fare banca” del Gruppo BPVi**
 - **I risultati raggiunti**

✓ **I risultati per i clienti e per la Banca**

I risultati conseguiti con la clientela

Il modello di “fare banca” della BPVi ha permesso di **coniugare lo scopo mutualistico e il sostegno al territorio** anche con il conseguimento di **positivi risultati commerciali,.....**

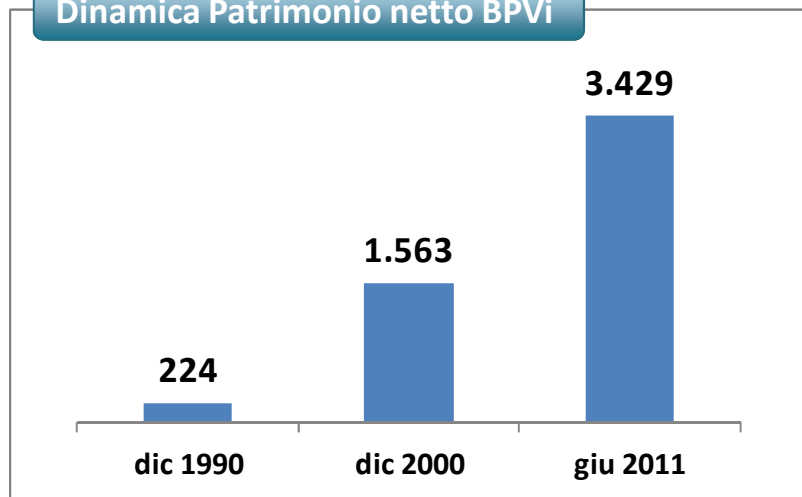


In un contesto operativo estremamente difficile ed incerto BPVi evidenzia il **raggiungimento di performance commerciali superiori ai benchmark di riferimento**

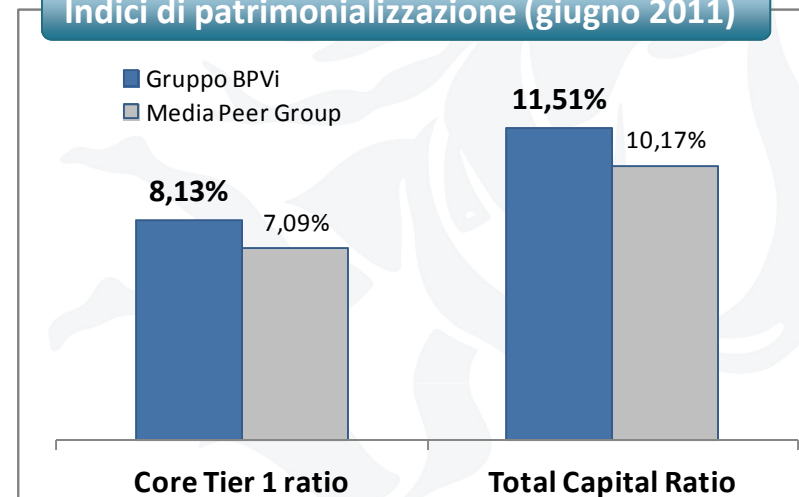
I risultati conseguiti per la Banca e per i Soci

... uniti ad un rafforzamento patrimoniale che ha raggiunto livelli superiori a quelli richiesti dalle nuove disposizioni normative (Basilea 3)

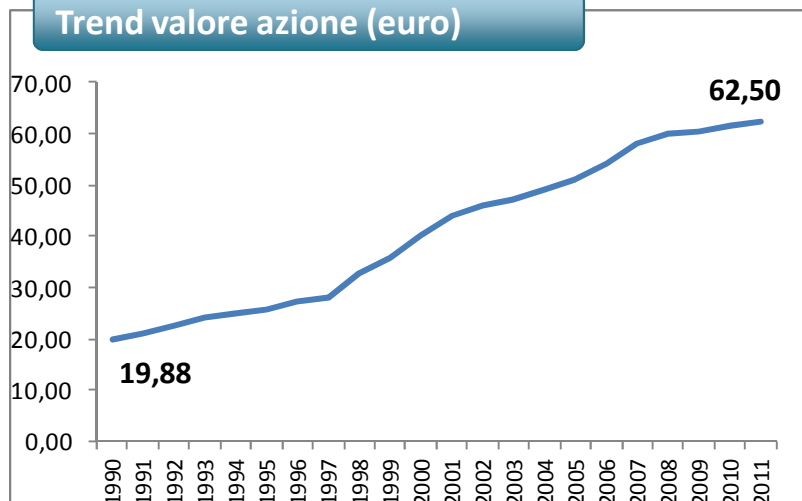
Dinamica Patrimonio netto BPVi



Indici di patrimonializzazione (giugno 2011)



Trend valore azione (euro)



- ❑ **Patrimonializzazione superiore alla media del peer Group** (Gruppi bancari di medie dimensioni) e già *compliant* con le richieste di **Basilea 3** (Core Tier 1 al 7%).
- ❑ Conseguente **crescita del valore dell'azione della Banca.**



Banca Popolare di Vicenza

Tradizione e futuro

