



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

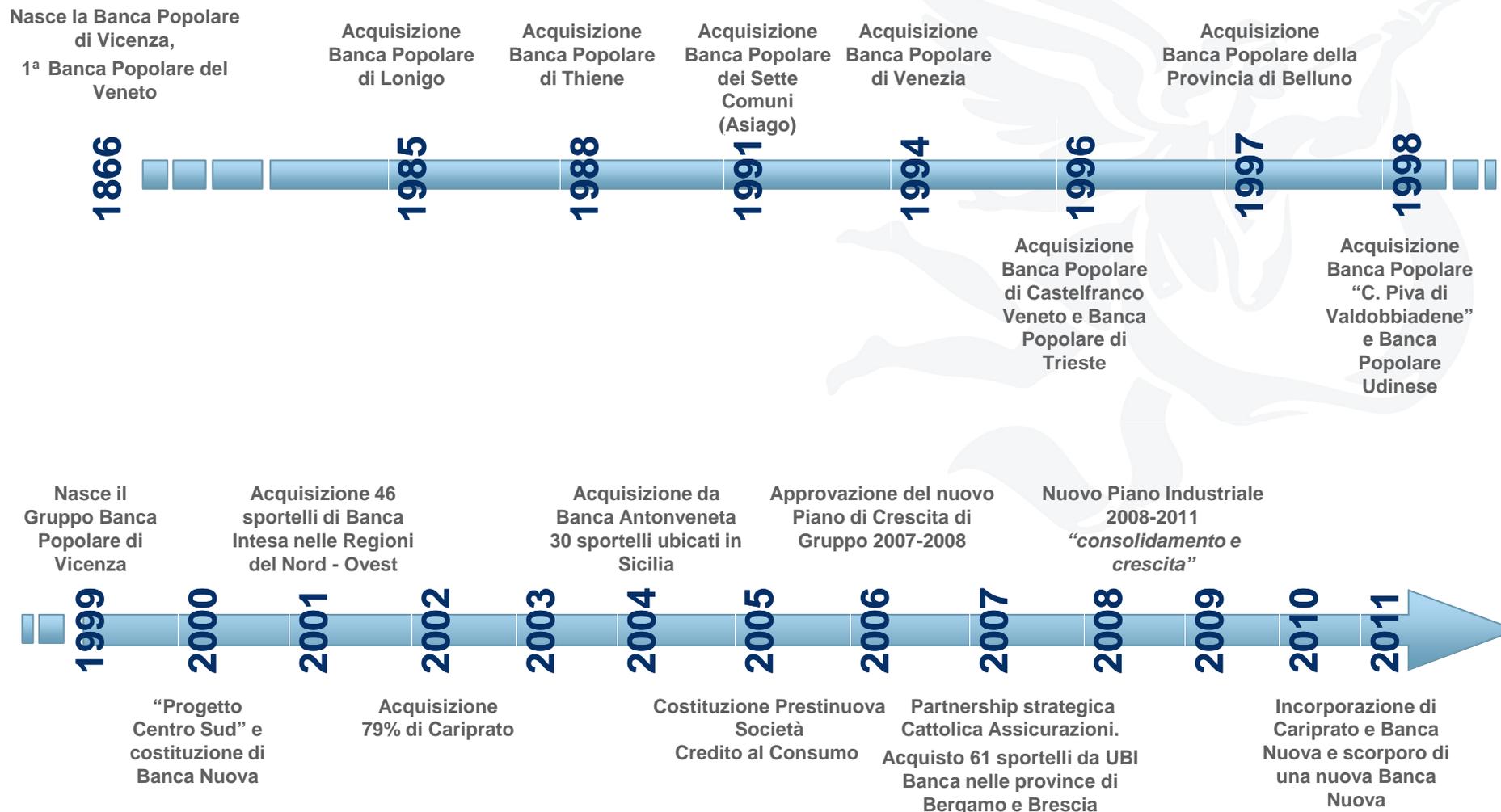


- **Storia e posizionamento del Gruppo BPVi**

- **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	
<b>Totale Veneto</b>		<b>257</b>		PISTOIA	8
FRIULI-VENEZIA GIULIA	GORIZIA	6		PRATO	33
	PORDENONE	14		SIENA	3
	TRIESTE	8		<b>Totale Toscana</b>	<b>93</b>
	UDINE	36	LAZIO	FROSINONE	1
<b>Totale Friuli Venezia Giulia</b>	<b>64</b>	LATINA	1		
LOMBARDIA	BERGAMO	25	RIETI	1	
	BRESCIA	36	ROMA	11	
	COMO	1	<b>Totale Lazio</b>	<b>14</b>	
	LODI	1	CALABRIA	CATANZARO	4
	MONZA E BRIANZA	1	COSENZA	6	
	MILANO	13	REGGIO CALABRIA	4	
	MANTOVA	3	VIBO VALENTIA	1	
	PAVIA	5	<b>Totale Calabria</b>	<b>15</b>	
	VARESE	2	SICILIA	AGRIGENTO	5
<b>Totale Lombardia</b>	<b>87</b>	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		
<b>Totale Emilia Romagna</b>	<b>15</b>	<b>Totale Sicilia</b>	<b>79</b>		
LIGURIA	GENOVA	2			
	IMPERIA	2			
<b>Totale Liguria</b>	<b>4</b>				
PIEMONTE	ASTI	1			
	TORINO	1			
<b>Totale Piemonte</b>	<b>2</b>				
TRENTINO - ALTO ADIGE	TRENTO	2			
<b>Totale Trentino Alto Adige</b>	<b>2</b>				
<b>TOTALE FILIALI GRUPPO BPVI</b>					<b>633</b>

<b>Sportelli Bancari</b>	<b>633</b>
Uffici Private Banking	27
Negozi Finanziari	17
<b>Totale Punti Vendita</b>	<b>677</b>

# 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

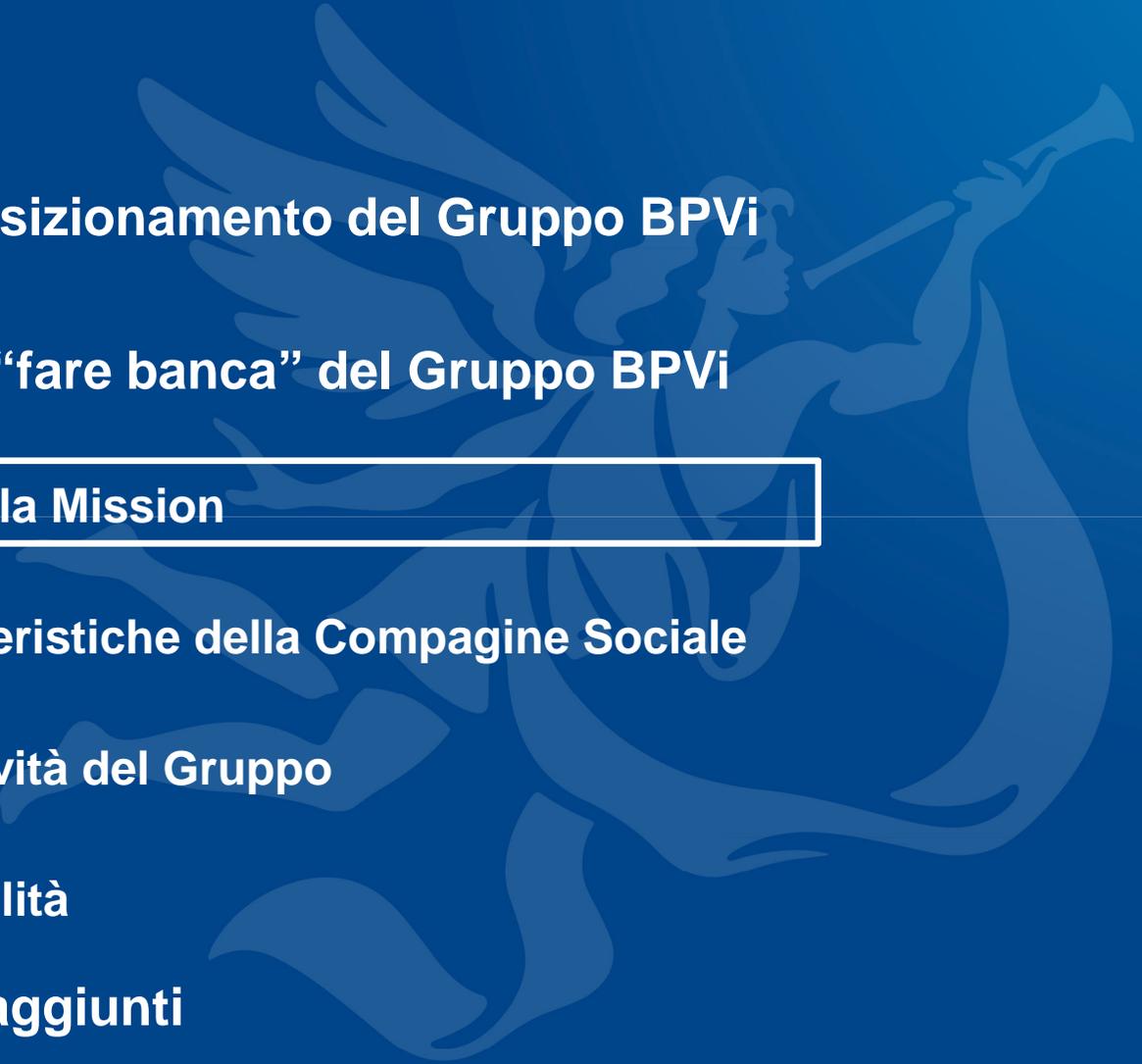
## Primi 10 Gruppi per totale attivo – Giugno '11

	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

(\*) Banche appartenenti a Gruppi Esteri

# 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**,

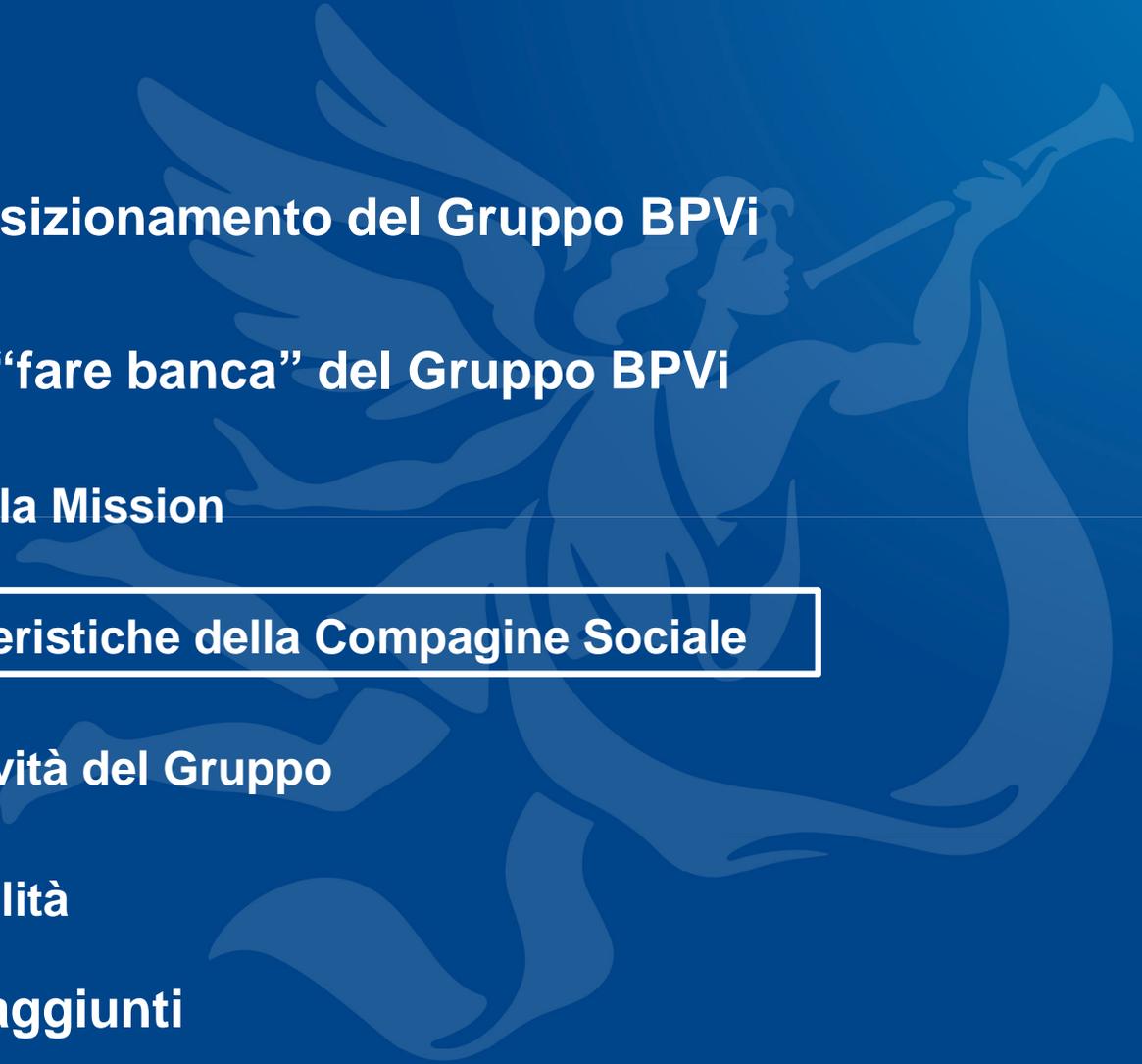
IL SUPPORTO AL TERRITORIO

... **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

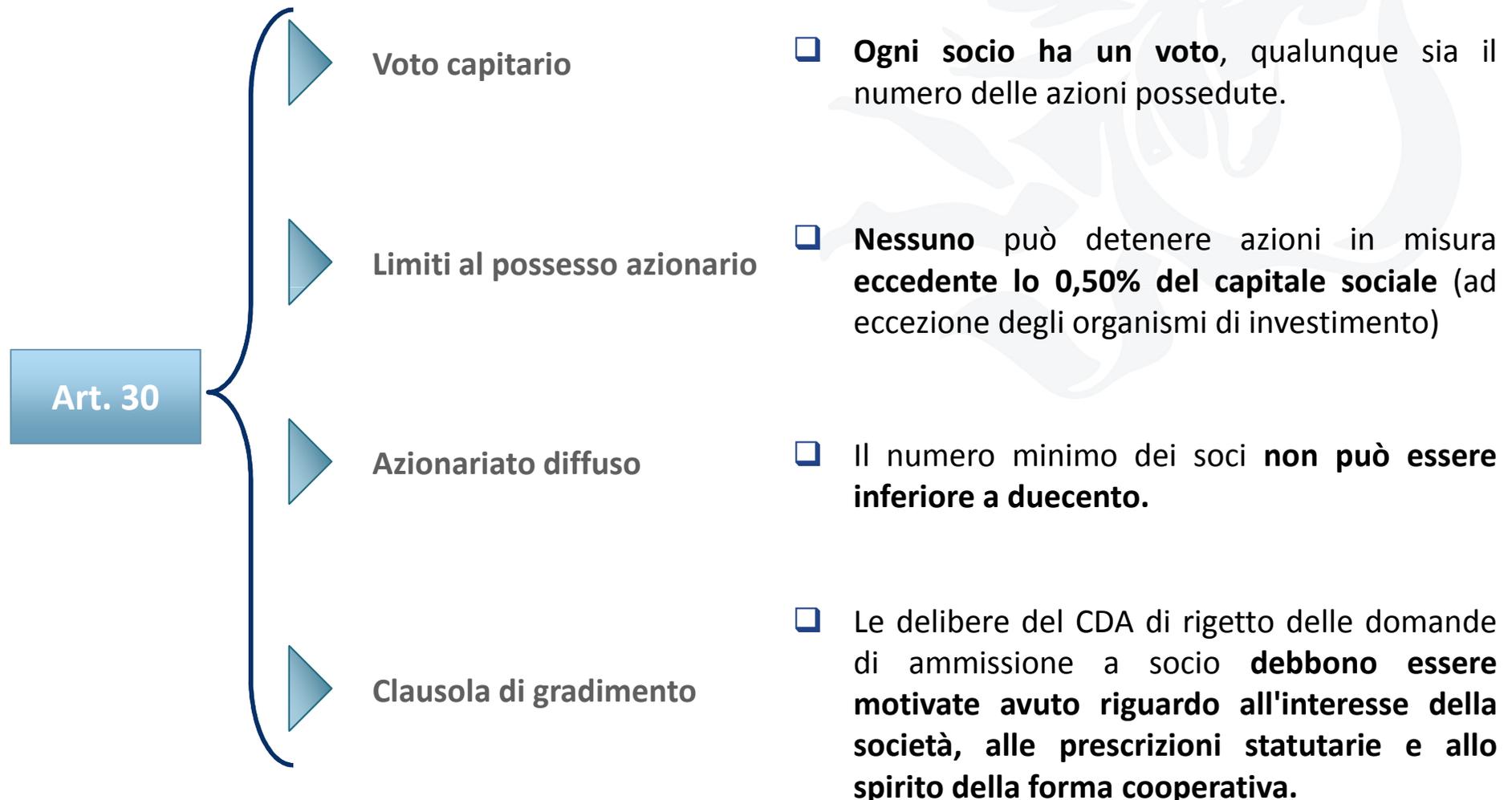
... **polo aggregante e di attrazione per altre realtà**, con le quali servire le aree del territorio nazionale che offrono le migliori opportunità.

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

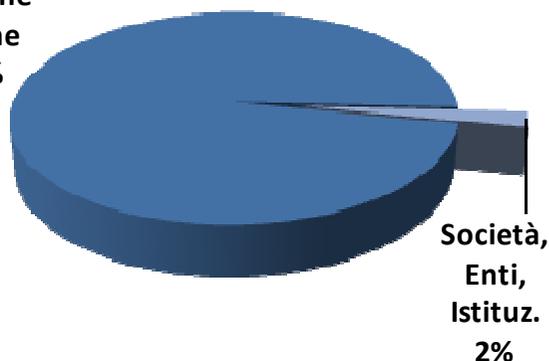
Evoluzione base sociale  
(numero soci e azionisti)



**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**

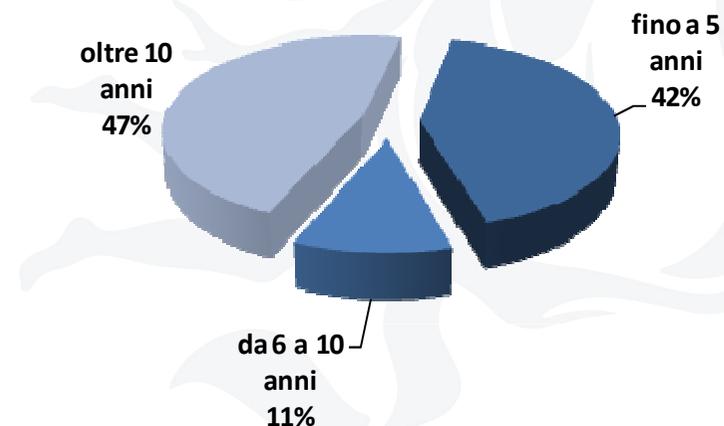
## Le caratteristiche della Compagine Sociale della BPVi

### 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%
<b>Totale</b>	<b>63.489</b>	<b>100%</b>

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

### Anzianità di relazione

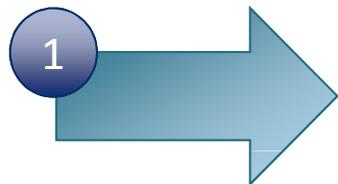


**Elevato livello di fidelizzazione della Compagine Sociale:** il 58% è socio della BPVi da oltre 5 anni.

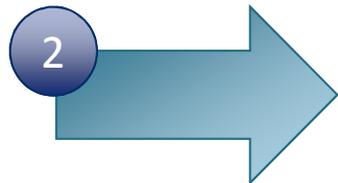
## Dalla Compagine Sociale all'operatività della Banca

---

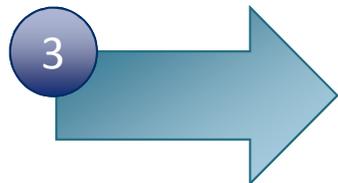
L'obiettivo della Compagine Sociale della BPVi, date le sue caratteristiche (ampia base sociale fortemente fidelizzata e rappresentativa della comunità socio-economica delle aree di presenza storica della Banca) **non si esaurisce nella massimizzazione del profitto nel breve periodo**, ma mira prevalentemente 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:



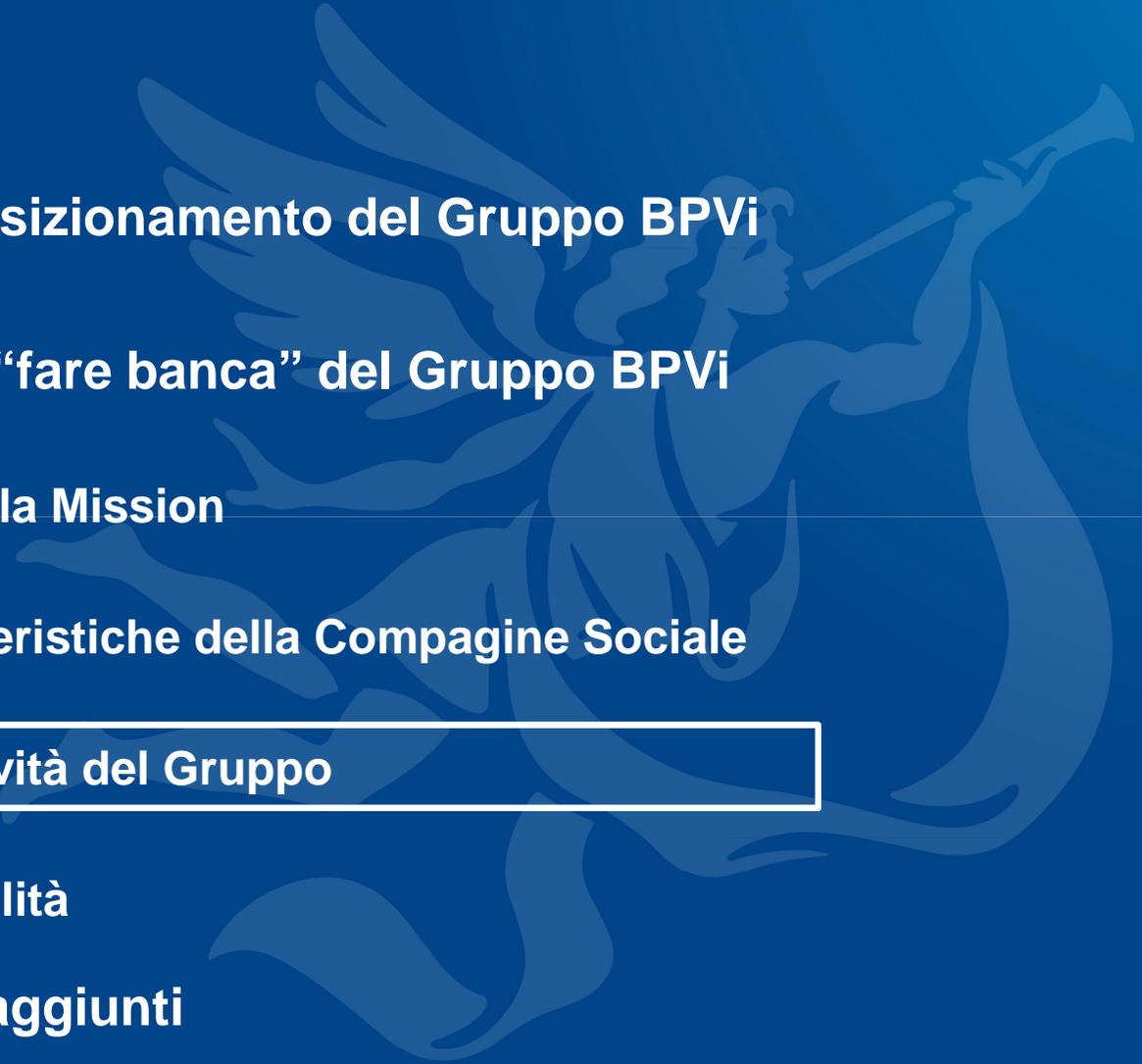
**Operatività bancaria tradizionale**, cioè raccolta di risparmio ed esercizio del credito



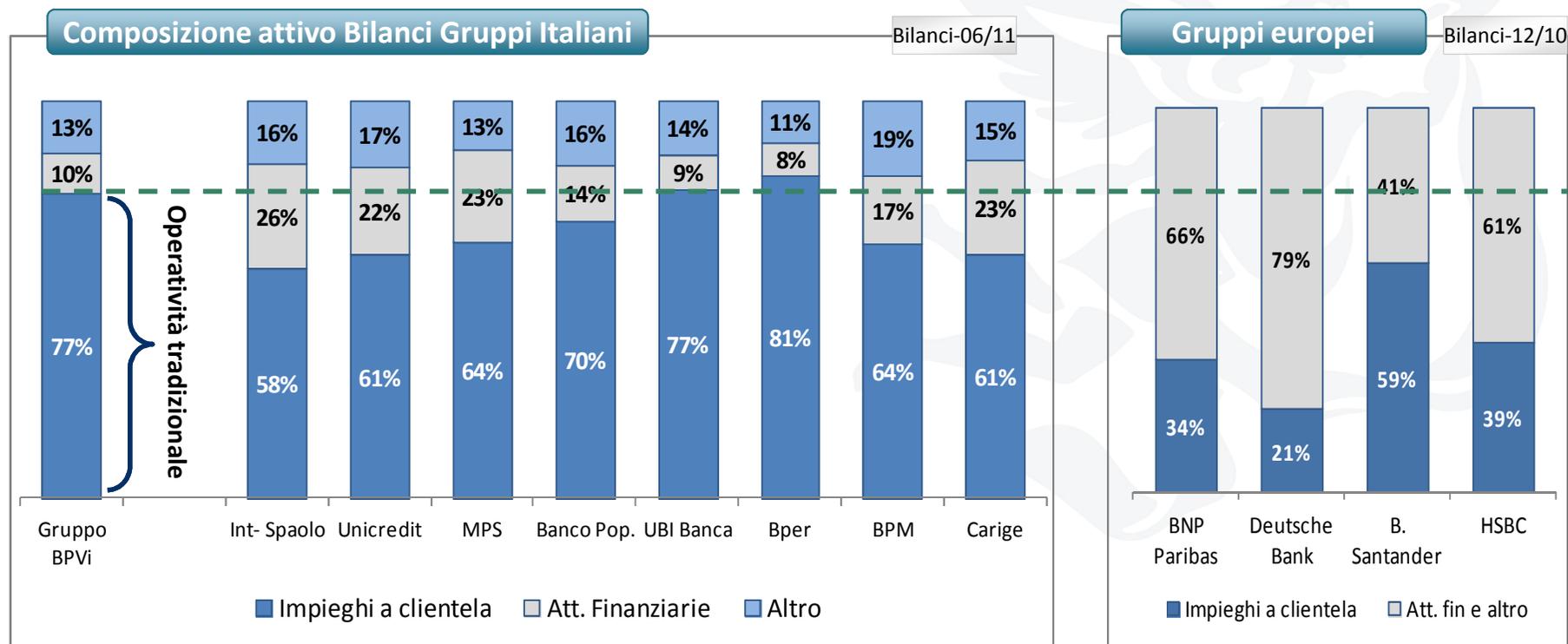
**Sostegno del territorio di operatività e focalizzazione sulla clientela di riferimento**, cioè famiglie e PMI.



**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

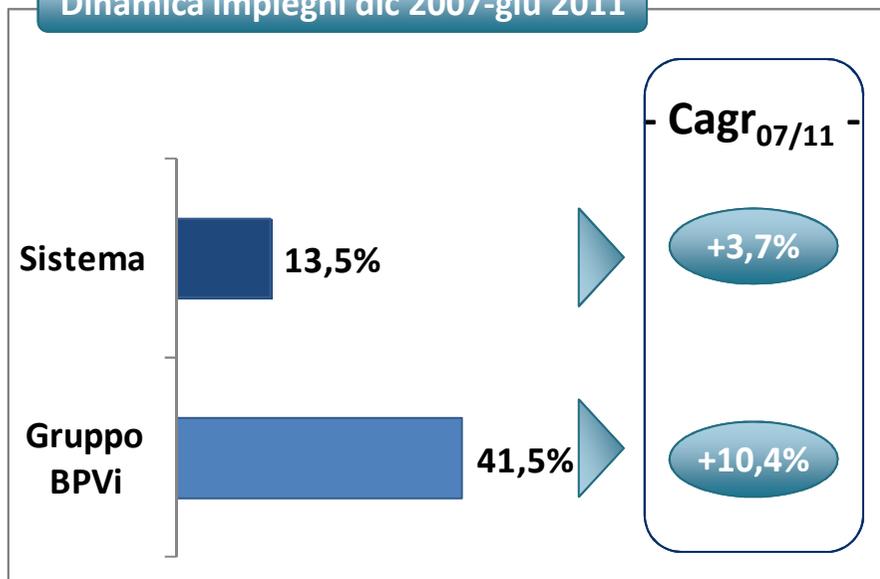


Il Gruppo BPVi, come anche le altre banche popolari, evidenzia un **maggiore orientamento all'attività commerciale tradizionale**, rappresentata dall'incidenza degli impieghi alla clientela sul totale dell'attivo.

## Gruppo BPVi: sostegno al territorio

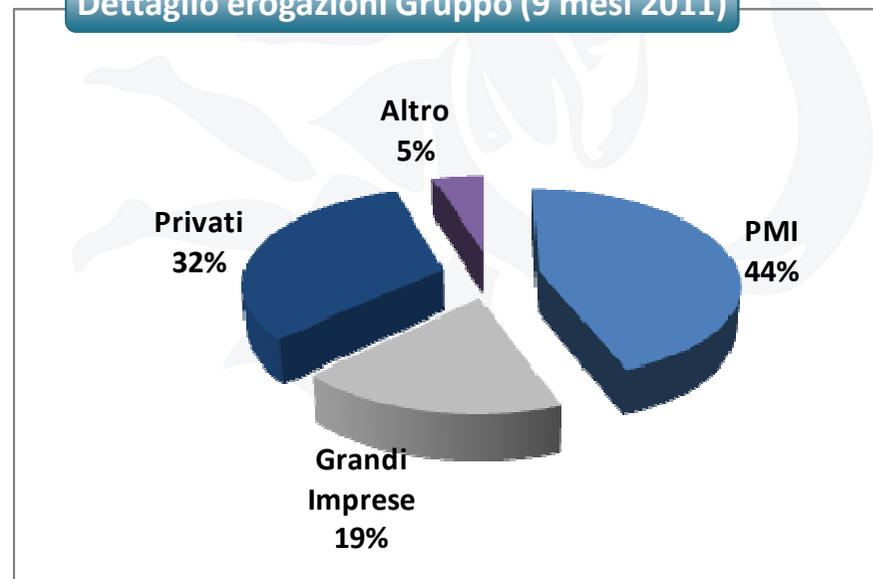
Nel difficile contesto economico che ha caratterizzato gli ultimi anni, il Gruppo BPVi si è distinto nel panorama finanziario nazionale per aver svolto con decisione il proprio ruolo di banca popolare a sostegno delle famiglie e delle imprese.

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.)

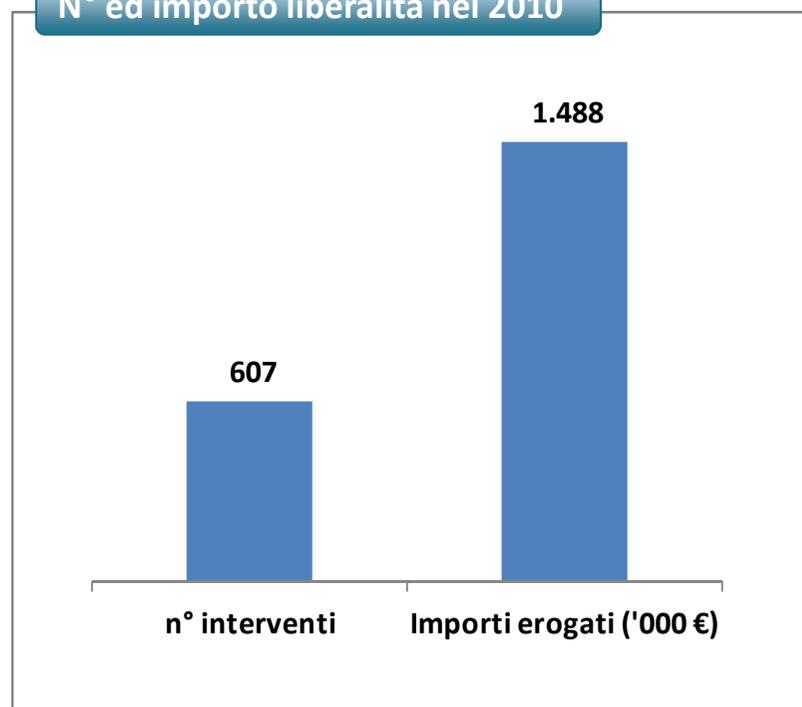
#### Promozione della cultura e dell’arte

- 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.).

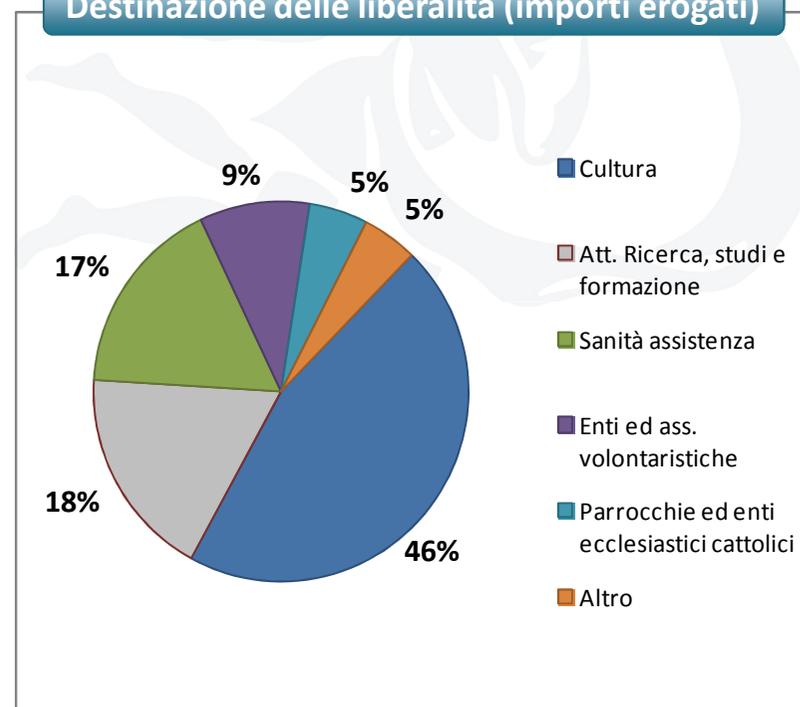
## La mutualità esterna: Interventi di liberalità

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)



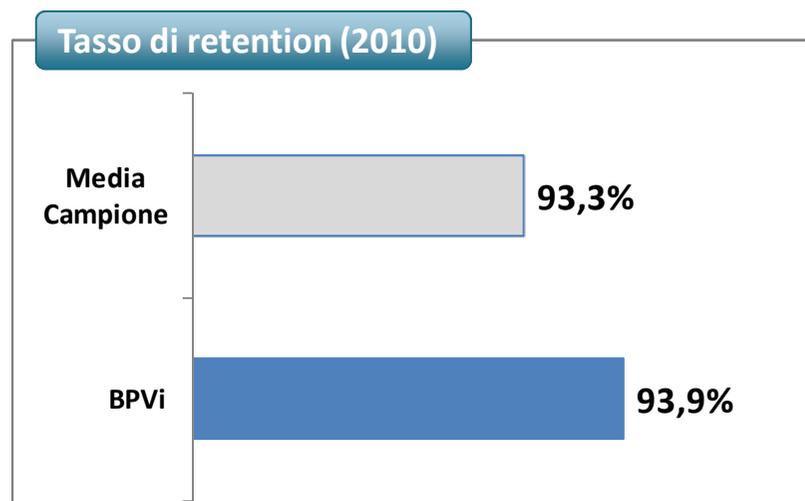
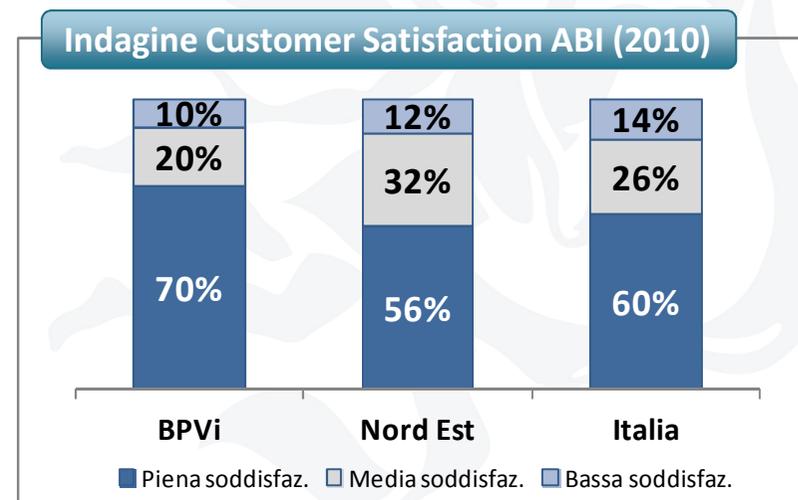
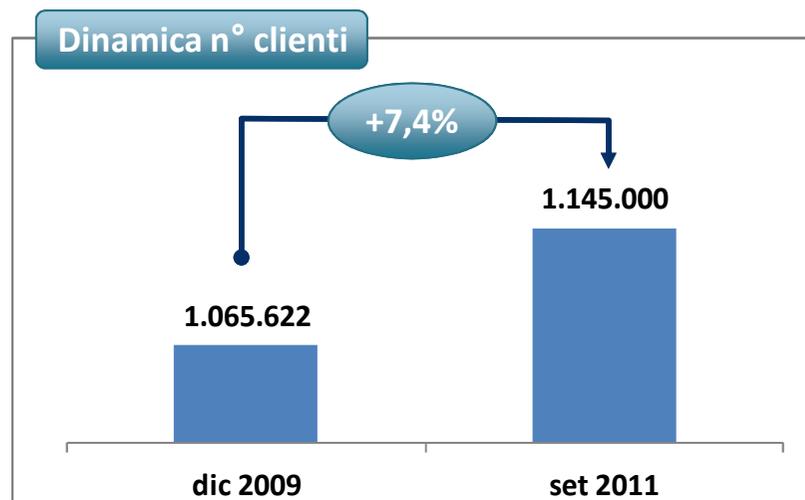
L'obiettivo perseguito dalla BPVI è stato quello di garantire la **massima capillarità e ampiezza distributiva** delle erogazioni, nell'intento di interessare il maggior numero di soggetti e gli ambiti più molteplici.

- 
- **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,.....**

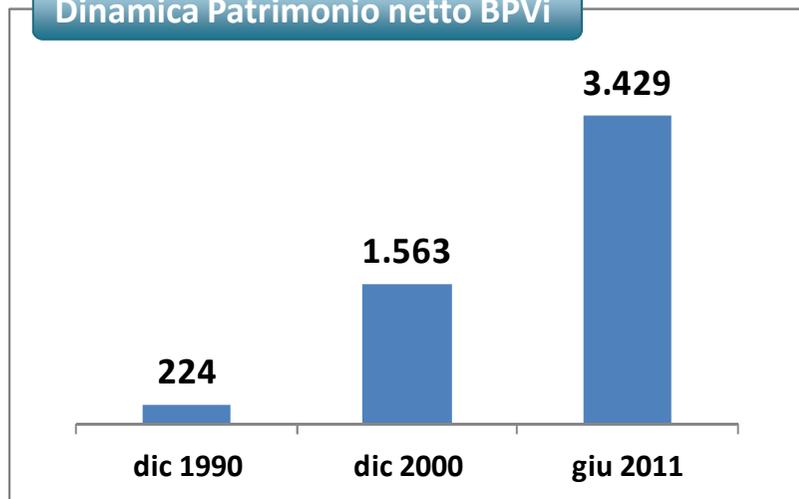


In un contesto operativo estremamente difficile ed incerto BPVi evidenzia il **raggiungimento di performance commerciali superiori ai benchmark di riferimento**

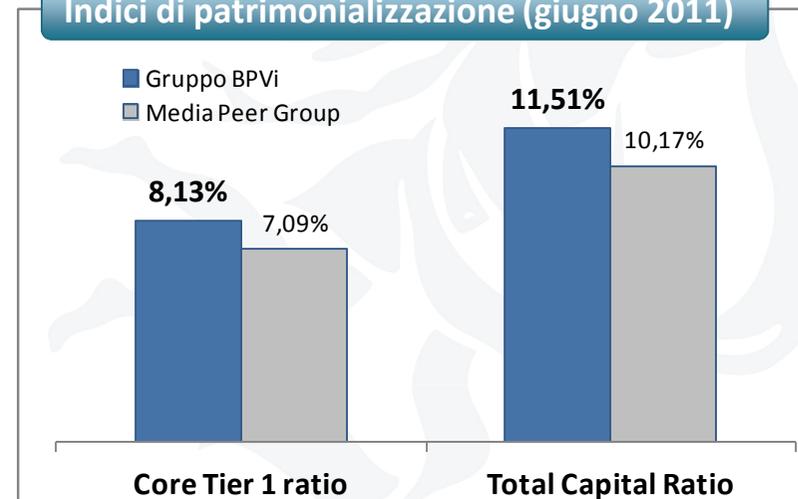
## I risultati conseguiti per la Banca e per i Soci

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

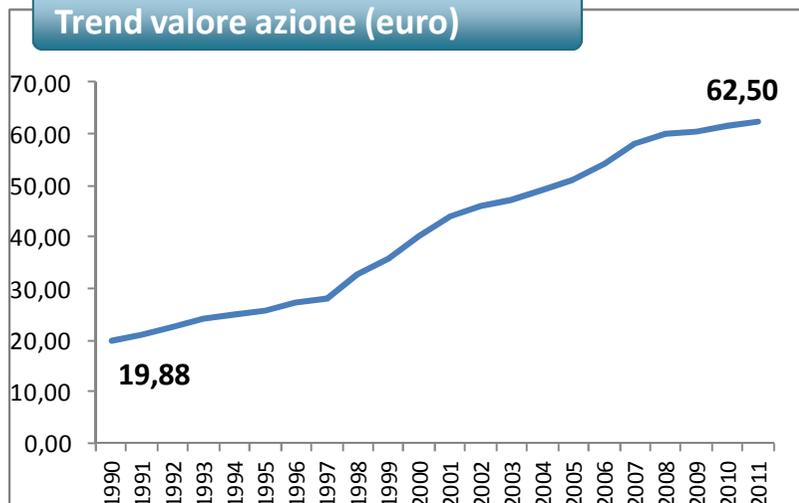
### Dinamica Patrimonio netto BPVi



### 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

