



BANCA DI VITERBO

Credito Cooperativo



09

BILANCIO
SOCIALE
E DI
MISSIONE

SETTIMA
EDIZIONE

2009

37
Rog. Not. di Rog.
N. 2815

Atto Costitutivo Di Cassa
Rurale Cattolica
di Risparmio

Quando Sua Maestà Vittorio
Emanuele III per grazia di Dio,
per volontà della Maestà Re D'Alisia V. Aureli
l'anno Mille novecento undici — per delega e in nome
il giorno trenta del mese di aprile 1911
nel Villino del Sign. Augusto Bonanni in V. Umberto
Contrada "Favine" Civit. di Viterbo, per delega con
avanti di me Dott. Angelo Grappal, uomo proprio
del Notaro residente in Viterbo, con
Studio posto in Via dell'Indipendenza 3. L. Ceri Testa
S. S. C. iscritto presso il Consiglio No. 8. Ceri Testa
tarifa di questo Distretto, ed in presenza, aggett
na dei sotto scritti, si è convenuto come
noti d'avanti, i requisiti di legge
si sono perpendentemente costituiti:

i Signori:

1. Signori Clemente fu Pietro, nato a P. S. S.
2. Umberto Bonanni fu Augusto " "
3. Camillo di Luigi fu Silvestro " "
4. Signori Camillo fu Pietro " "
5. Camillo di Giuseppe fu Giovanni " "

IX. Ogni controversia fra i soci, circa l'inter-
pretazione e l'applicazione del presente
Statuto, si decida definitivamente dal
l'Assemblea generale.

negatori elementi

Kanachiar, Giuseppe
Ubertini, Vincenzo
Campanini, Luigi
Piergulli, Mario
Pasquari, Agostino
Callimonde, Ferdinando
P. G. G. G.
Giuseppe, Giuseppe
Pallomano, Francesco
Ubertini, Gregorio
Ubertini, Giuseppe
Pirelli, Francesco
Fiorandrea, Valentiniano
Leica, Pallomano
Piergiovanni, Annibale
Pesci, Enrico
Annibale, Vincenzo
Lavin, D. Paola, Sesto e fido, fidejussore
Luca, Ceri Testa e fido, fidejussore
Angelo, Grappal, Notaro

▶ Copia originale dell'Atto Costitutivo
della Banca di Viterbo del 30 Aprile 1911
rogato dal notaio Grappaldi



“Le banche locali senza scopo di lucro hanno a cuore l'identità e la cultura del territorio. Possono restituire alla finanza il fine del servizio alla società. Mantenere il denaro all'interno di una comunità è un ruolo importante. I soldi che noi mettiamo in banca devono essere riutilizzati a livello locale. Anche questo è un modo con il quale le banche locali possono contribuire a rafforzare la cultura locale che genera fiducia. E senza fiducia non c'è mercato.”

Jeremy Rifkin



La missione ed i valori della nostra banca

DALL'ART. 17 DELLO STATUTO SOCIALE:

CONVENIENZA

“Nell'esercizio della sua attività, la Società si ispira ai principi cooperativi della mutualità senza fini di speculazione privata. Essa ha lo scopo di favorire i soci e gli appartenenti alle comunità locali nelle operazioni e nei servizi di banca.

BEN-ESSERE COOPERAZIONE E SVILUPPO DEL TERRITORIO

Perseguendo il miglioramento delle condizioni morali, culturali ed economiche degli stessi e promuovendo lo sviluppo della cooperazione e l'educazione al risparmio e alla previdenza.

In altre parole, missione della BCC è: **essere un'impresa a proprietà diffusa, espressione di capitalismo popolare e comunitario, stabilire un legame totale e permanente con il territorio, promuovere lo sviluppo sostenibile delle imprese, prestando attenzione alla qualità dell'ambiente e della vita.**

I VALORI DI RIFERIMENTO

- 1 Primato e centralità della persona
- 2 L'impegno
- 3 L'autonomia
- 4 Promozione della partecipazione
- 5 Cooperazione
- 6 Utilità, servizio e benefici
- 7 Promozione dello sviluppo locale
- 8 Formazione permanente
- 9 Soci
- 10 Amministratori
- 11 Dipendenti

I punti fermi della gestione a tutela della nostra identità

Il Socio

- Una compagnia sociale ampia e forte che usufruisce di ogni nostro servizio
- Il socio “cliente primario” e “referente al tempo stesso” partecipa delle strategie aziendali
- Insieme nei valori e nei vantaggi

La Banca

- Una Banca orientata al cliente
- Solida
- Innovativa
- Competitiva
- Diffusa nelle zone di competenza
- Disponibile
- Completa nei servizi non solo bancari

Il Personale “uno staff”

- Motivato
- Professionale
- Efficace
- Cooperativo

Il Localismo

- Testa pensante locale
- Un affidabile collaboratore economico
- Un interlocutore sensibile
- Promozione dello sviluppo delle comunità locali

La Diversità

- Diversità rispetto alle altre Banche
- Mutualismo
- Cooperazione
- Attenzione al sociale
- Promozione culturale

BANCA DI VITERBO

1911

da Novantanove anni al servizio della comunità

2009



BANCA DI VITERBO

Credito Cooperativo

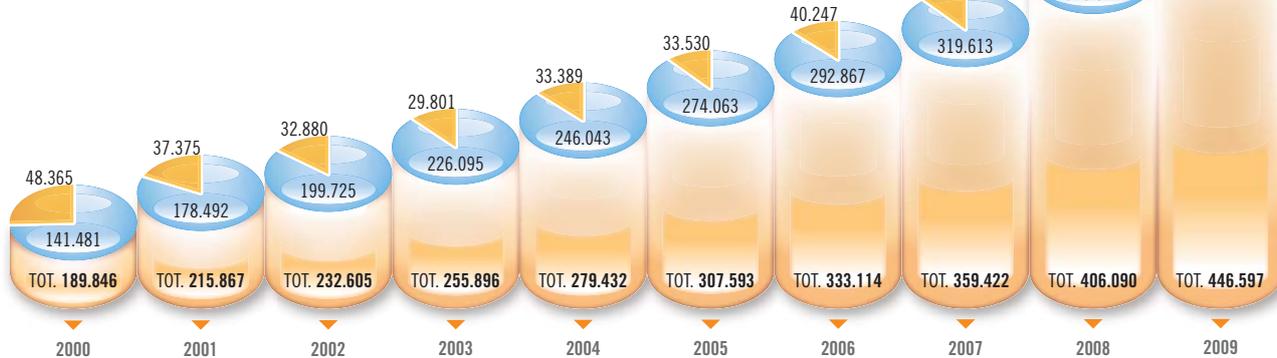
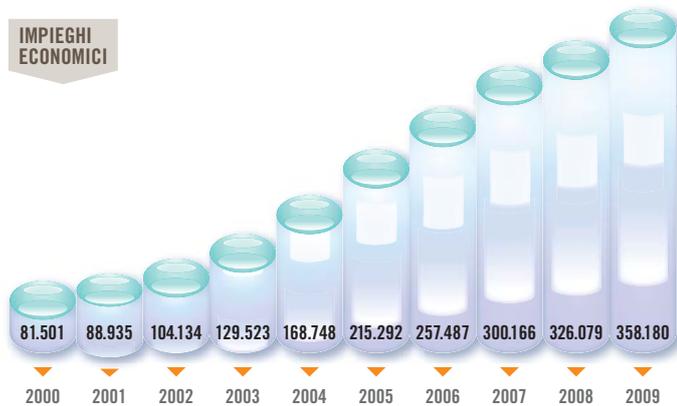


- 📍 **VITERBO**
Agenzia di sede
Via A. Polidori, 72
Tel. 0761.248261
Fax 0761.248280
- 📍 **VITERBO Agenzia N° 1**
Via T. Carletti, 25
Tel. 0761.226688
Fax 0761.222864
- 📍 **VITERBO Agenzia N° 2**
Via Villanova, 50/A
Tel. 0761.250775
Fax 0761.352486
- 📍 **VITERBO Agenzia N° 3**
La Quercia (VT)
Piazza Santuario, 55/57
Tel. 0761.346440
Fax 0761.346434
- 📍 **VITERBO Agenzia N° 4**
Piazza S. Faustino, 6/A
Tel. 0761.347991
Fax 0761.347975
- 📍 **VITERBO Agenzia N° 5**
Via Monti Cimini, 15
Tel. 0761.321470
Fax 0761.321373
- 📍 **VITERBO Agenzia N° 6**
Via Vico Quinzano
Tel. 0761.320492
Fax 0761.331188
- 📍 **VITERBO**
SPORTELLO PALAZZO DI GIUSTIZIA
Via G. Falcone
e P. Borsellino, 41
Tel. 0761.275581
Fax 0761.273176
- 📍 **CANEPINA (VT)**
Via Giovanni XXIII, 1/5
Tel. 0761.752253
Fax 0761.750054
- 📍 **BAGNOREGIO (VT)**
Via Divino Amore, snc
Tel. 0761.760072
Fax 0761.760366
- 📍 **Fraz. VETRIOLO (VT)**
SPORTELLO BANCOMAT
Via Teverina, 34
- 📍 **TUSCANIA (VT)**
Via Tarquinia, 75
Tel. 0761.445015
Fax 0761.444828
- 📍 **CELLENO (VT)**
Piazza B. Cellini, 1
Tel. 0761.912702
Fax 0761.913885
- 📍 **CANINO (VT)**
Via Cavour, 64/66
Tel. 0761.437571
Fax 0761.439608
- 📍 **CANINO (VT)**
SPORTELLO BANCOMAT
Via Montalto di Castro, 25/A
- 📍 **VITORCHIANO (VT)**
Via Manzoni, 35/B
Tel. 0761.371459
Fax 0761.371813
- 📍 **Loc. IL PALLONE (VT)**
SPORTELLO BANCOMAT
Via Monterosa, 2/I
- 📍 **MONTEFIASCONE (VT)**
(prossima apertura)
Via Cardinal Salotti, 48/A

Una Buona Banca per essere socialmente responsabile, deve anzitutto avere buoni indici reddituali, finanziari e patrimoniali.

Siamo oltremodo consapevoli che sostenere l'economia reale in questa fase congiunturale non è affatto indolore, ma significa assumere dei rischi ed affrontare costi. Malgrado ciò non possiamo, anzi non intendiamo sottrarci al nostro ruolo. Siamo disposti per questo a contenere l'utile attivo aziendale pur di portare in attivo l'utile sociale del nostro territorio.

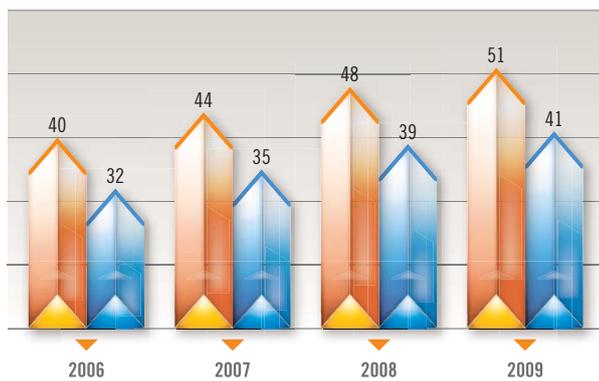
IMPIEGHI ECONOMICI



● RACCOLTA DIRETTA ● RACCOLTA INDIRETTA

31/12/2009

Utile netto/patrimonio netto meno utile netto (ROE)	6,18%
Costi operativi/margine di intermediazione	69,94%
Margine di interesse/margine di intermediazione	76,73%
Patrimonio/Raccolta da Clientela ordinaria	12,19%
Patrimonio/impieghi a Clientela ordinaria	14,35%
Sofferenze/Patrimonio	3,79%



● PATRIMONIO ● FREE CAPITAL

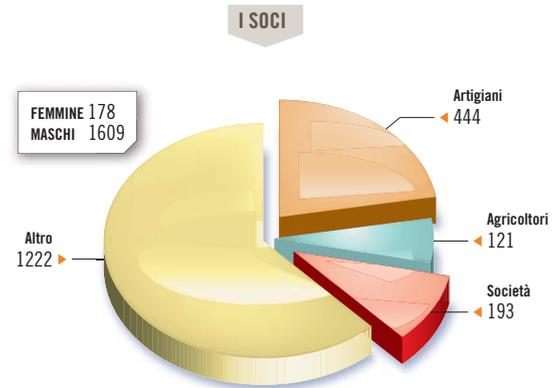
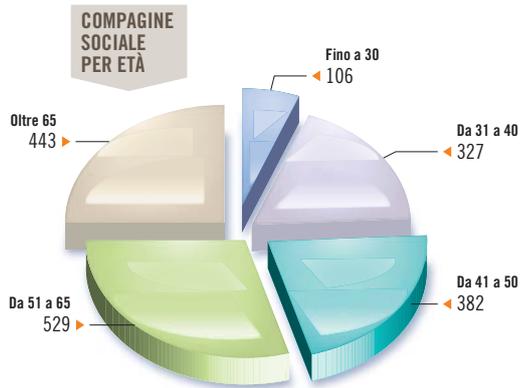
Prodotti e Servizi della Banca

Da sempre per la nostra clientela sono attivi prodotti convenzionati su misura volti a soddisfare specifiche esigenze. Citiamo in questo senso:

- **per le famiglie:** conti correnti, finanziamenti ipotecari e chirografari a condizioni di favore
- **per i giovani:** il conto corrente Jeans caratterizzato da condizioni speciali nella tenuta del conto
- **per imprenditori, professionisti, artigiani ed agricoltori:** conti correnti dedicati a spese fisse e predeterminate, linee di credito convenzionate con i consorzi di garanzia fidi
- **per l'imprenditoria femminile:** conto corrente dedicato e abbattimento ulteriore dei tassi di riferimento sui prestiti convenzionati



Lo scopo mutualistico è la linfa ed il vestito di luce che distingue il nostro modo di essere dalle tradizionali attività economiche a scopo di lucro. Esso per noi è un imperativo. È la stella polare che ci guida nelle scelte d'impresa verso obiettivi ed ideali che trascendono la mera economicità delle scelte programmatiche.

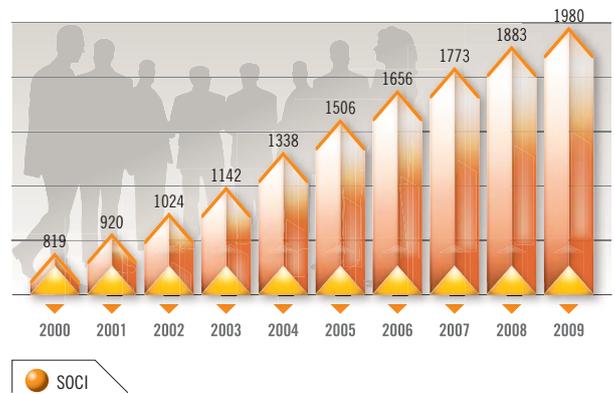


Nel 2009 sono stimati benefici bancari e non bancari destinati ai soci pari a Euro 633.780

Benefici bancari e non bancari per i soci 2009

Mutualità bancaria	€ 420.813
Mutualità non bancaria	€ 212.967
Totale benefici ai soci	€ 633.780

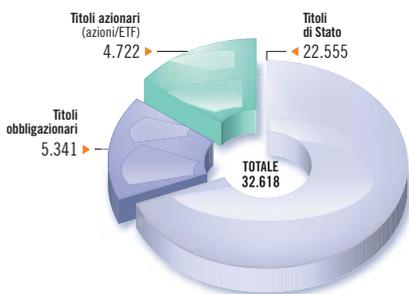
Le incentivazioni di carattere bancario (mutualità bancaria), sono legate alle condizioni vantaggiose riconosciute ai soci nell'applicazione di tassi attivi e passivi particolarmente favorevoli. Le incentivazioni di carattere non bancario (mutualità non bancaria) si concretizzano in polizze assicurative, borse di studio ed eventi socio/culturali che vedono i Soci come destinatari primari.



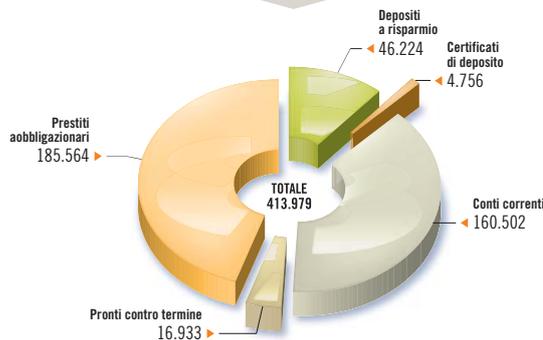
VALORE PER I NOSTRI CLIENTI

Tutta la clientela, sia individualmente che in forma associata o aggregata, beneficia proficuamente delle condizioni particolarmente vantaggiose che la Banca offre mediante prodotti sicuri e ben strutturati.

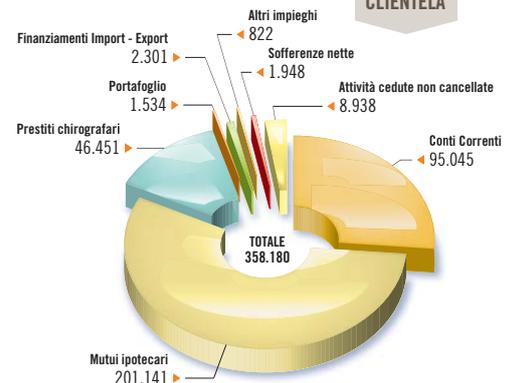
RACCOLTA INDIRECTA (RISPARMIO AMMINISTRATO)



RACCOLTA DIRETTA



IMPIEGHI CLIENTELA



DATI IN MIGLIAIA DI EURO

▲ Pedalata ecologica

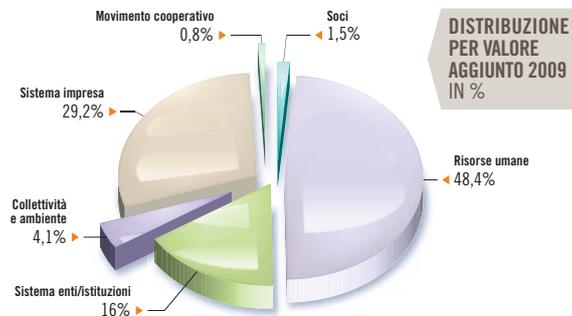
▲ Festa del socio

▲ Donazione Ospedale S. Salvatore - L'Aquila

▲ Viaggio socio-culturale - Crociera nel Mediterraneo



DETERMINAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO	2009	VAR. %
Margine di interesse	10.312.415	
Commissioni nette	2.173.737	
Dividendi	34.910	
Risultati delle attività e passività finanziarie	927.103	
Risultato dell'attività di copertura	-9.008	
Altri proventi netti di gestione	1.362.431	
1. Totale Produzione Netta	14.801.588	-8,70%
Consumi		
Altre spese amministrative	-3.517.489	
Rettifiche/riprese di valore su crediti e attività/passività finanziarie	-124.848	
Accantonamenti per rischi ed oneri		
2. Totale Consumi	-3.642.337	
3. Valore Aggiunto Globale Lordo	11.159.251	-9,70%
Rettifiche di valore su attività materiali e immateriali	-513.674	
4. Valore Aggiunto Globale Netto	10.645.577	-10,40%
Costo del lavoro	-5.397.854	
Imposte indirette e tasse	-870.380	
Interventi nel sociale	-462.150	
5. Risultato Prima delle Imprese	3.915.193	-29,33%
Imposte sul reddito d'esercizio	-912.161	
6. Risultato di Esercizio	3.003.032	-30,72%



Dall'analisi del Valore aggiunto prodotto e distribuito si evidenzia che:

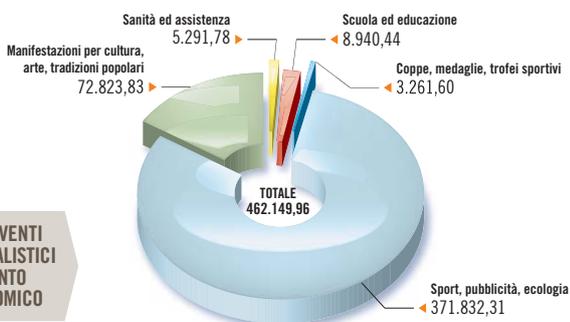
- i Soci hanno direttamente beneficiato per una percentuale dell'1,50% oltre all'effettivo vantaggio nella quotidiana ordinaria attività di intermediazione creditizia;
- il 4,1% è stato distribuito alla Collettività, sotto forma di contributi e interventi mutualistici;
- ai Collaboratori viene distribuito il 48,4% del Valore aggiunto, a conferma che una parte

importante della ricchezza prodotta dalla banca, ricade su coloro che hanno contribuito attivamente allo sviluppo della stessa;

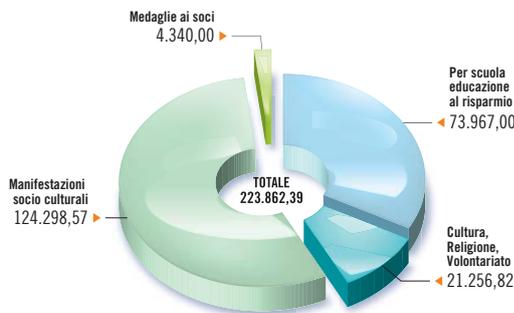
- una parte consistente del Valore aggiunto, pari al 29,2%, è destinato al sistema impresa, ovvero all'accantonamento di risorse necessarie allo sviluppo della Banca;
- al sistema della Enti/Istituzioni è destinato il 16%, sotto forma di imposte e tasse;
- al movimento Cooperativo viene infine destinato lo 0,8%

VALORE PER LA COLLETTIVITÀ

La Banca promuove la cultura e partecipa alla vita sociale delle comunità territoriali in cui opera allargando ogni anno una parte del proprio utile per sostenere iniziative filantropiche ed umanitarie, nonché organizzando convegni ove si affrontano i problemi di più stretta attualità e si offrono risposte concrete.



INTERVENTI MUTUALISTICI DA CONTO ECONOMICO

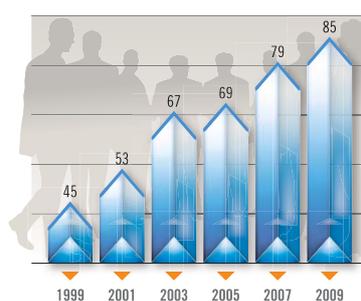


INTERVENTI MUTUALISTICI CON UTILIZZO FONDI DI BENEFICENZA E MUTUALITÀ

VALORE PER I FORNITORI

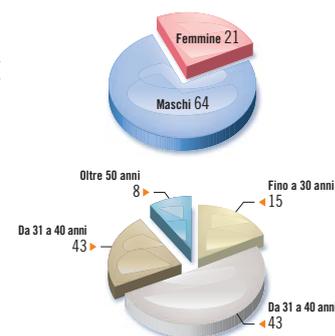
SPESE PER TELEMATICI AREA FINANZA	€ 37.967,74
SPESE PER SERVIZI TELEMATICI	€ 24.524,04
SPESE TRASPORTO VALORI E TRASPORTI	€ 123.096,89
SPESE PER PERIODICI SERVIZI DI VIGILANZA	€ 225.125,70
SPESE PER STAMPATI E CANCELLERIA	€ 179.953,17
SPESE PER IL SERVIZIO DI CENTRO ELETTRONICO	€ 545.736,65
SPESE POSTALI	€ 196.118,72
SPESE TELEFONICHE	€ 153.064,52
SPESE PULIZIA LOCALI E RISCALDAMENTO	€ 128.799,20
SPESE PER ENERGIA ELETTRICA, ACQUA	€ 108.128,20
SPESE PER ASSICURAZIONE	€ 158.791,68
SPESE PER PROFESSIONISTI	€ 438.467,95
SPESE MANUT. IMMOBILI, IMPIANTI E MACCHINE	€ 230.934,03
AFFITTI IMMOBILI	€ 250.528,47
SPESE PER SERVIZI RESI DA TERZI	€ 350.760,98

VALORE PER I COLLABORATORI



DIPENDENTI

I dipendenti del credito cooperativo si impegnano sul proprio onore a coltivare la propria capacità di relazione orientata al riconoscimento della singolarità della persona e a dedicare intelligenza, impegno



qualificato, tempo alla formazione permanente e spirito cooperativo al raggiungimento degli obiettivi economici e sociali della banca per la quale lavorano. (ART. 11 CARTA VALORI)

Memorial G. Brugiotti

Donazione reparto pediatria Ospedale Belcolle

ASD Castiglione Calcio

Gruppo Ciclismo Viterbese

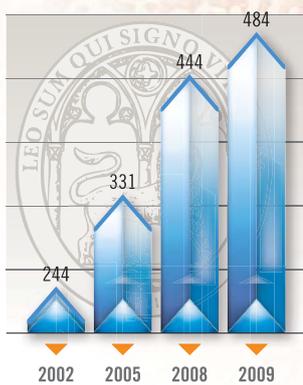
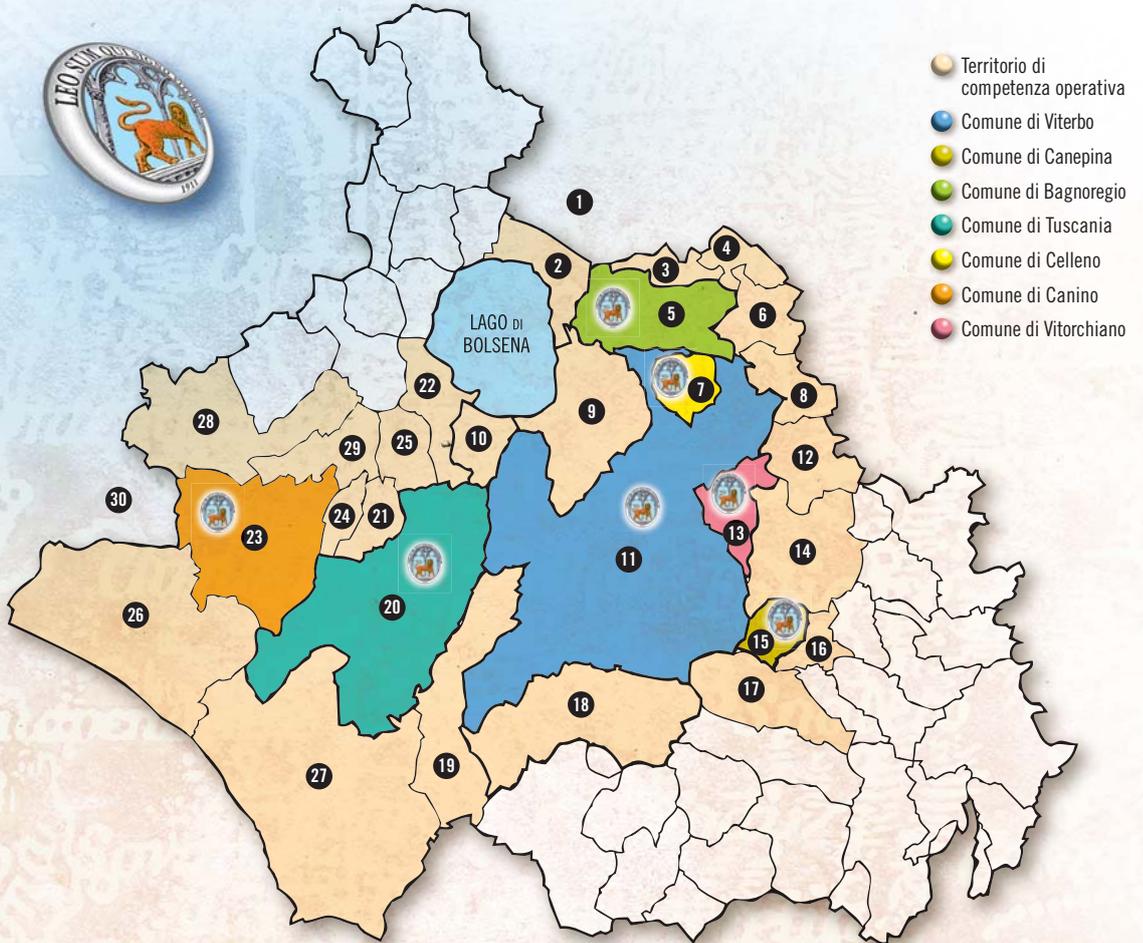


L'espansione territoriale è la via principale per accrescere le dimensioni quale necessità di risposta alle problematiche poste dall'evoluzione del contesto competitivo. È una scelta obbligata, necessaria e comunque coerente con i valori e le finalità del nostro operare:

- costante attenzione alle esigenze di sviluppo socio-economico del territorio

- consolidare e rafforzare i vantaggi competitivi acquisiti in termini di efficienza gestionale ed operativa
 - rendere l'accesso al credito anche e soprattutto agli operatori minori
 - impiegare risorse laddove le raccoglie.
- Questo, significa rientrare nel ristretto novero delle imprese socialmente responsabili.

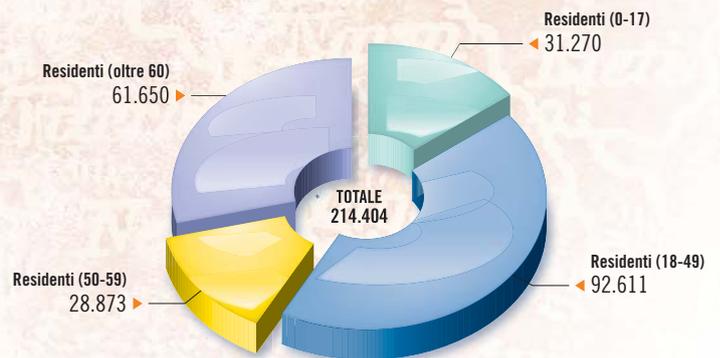
- 1 Orvieto (TR)
- 2 Bolsena
- 3 Lubriano
- 4 Castiglione in Teverina
- 5 **Bagnoregio**
- 6 Civitella d'Agliano
- 7 **Celleno**
- 8 Graffignano
- 9 **Montefiascone (di prossima apertura)**
- 10 Marta
- 11 **Viterbo**
- 12 Bomarzo
- 13 **Vitorchiano**
- 14 Soriano nel Cimino
- 15 **Canepina**
- 16 Vallerano
- 17 Caprarola
- 18 Vetralla
- 19 Monteromano
- 20 **Tuscania**
- 21 Arlena di Castro
- 22 Capodimonte
- 23 **Canino**
- 24 Tessenano
- 25 Piansano
- 26 Montalto di Castro
- 27 Tarquinia
- 28 Ischia di Castro
- 29 Cellere
- 30 Manciano (GR)



2002 Totale Attivo: 244 milioni €
 2005 Totale Attivo: 331 milioni €
 2008 Totale Attivo: 444 milioni €
 2009 Totale Attivo: 484 milioni €

DATI AL 31 DICEMBRE 2009

- 484 milioni di TOTALE ATTIVO
- 51 milioni di PATRIMONIO
- 358 milioni di CREDITO verso clientela
- 414 milioni di RACCOLTA DIRETTA
- 85 DIPENDENTI
- 14 FILIALI



POPOLAZIONE RESIDENTE NELL'AREA DI COMPETENZA (30 COMUNI)

- Sportelli bancari	161
- Promotori finanziari	186
- Agenzie di assicurazione	126
- Uffici Postali	62

● EVOLUZIONE DIMENSIONALE
della Banca dal 2002 al 2009

▲ Filiale di Vitorchiano



▲ Filiale di Vitorchiano



▲ Inaugurazione Agenzia 6 di Viterbo



▲ Agenzia 6 di Viterbo

