

**BILANCIO SOCIALE
E DI MISSIONE 2014**
DODICESIMA EDIZIONE



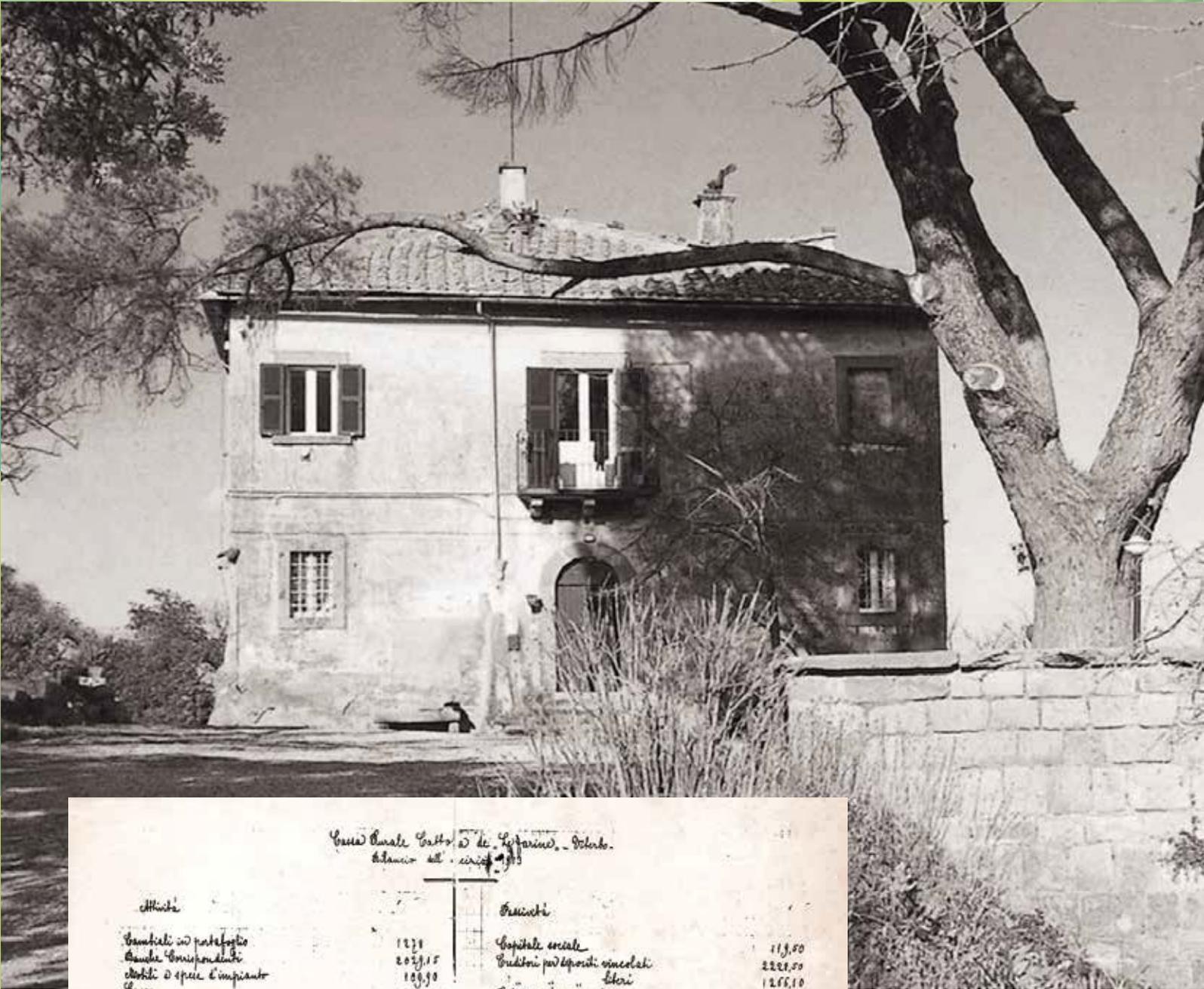
BANCA DI VITERBO
Credito Cooperativo



1911
La nostra
Storia



Non c'è futuro senza memoria



Cassa Rurale Cattolica di Le Farine - Bolzano.
bilancio del esercizio 1913

| Attive | | Passive | |
|---------------------------|----------------|---------------------------------|----------------|
| Banconti in portafoglio | 1278 | Capitale sociale | 119,50 |
| Banchi Corrispondenti | 2079,15 | Crediti per depositi vincolati | 2228,50 |
| Conti di spese d'impianto | 109,50 | liberi | 1265,10 |
| Cassa | 250,50 | Profitti dell'esercizio futuro | 21,04 |
| | | Profitti del presente esercizio | 12,65 |
| Totale lire | 3627,50 | Totale lire | 3627,50 |

Il Consiglio di Amministrazione
 Giovanni Anselmi
 Francesco Anselmi
 Emmanuele Anselmi
 Umberto Anselmi
 Felice Anselmi
 Riccardo Anselmi
 Alberto Anselmi

I Sindaci
 Tommaso Anselmi
 Agostino Anselmi
 Agostino Anselmi

Il Presidente e Cassiere Giuseppe
 Anselmi il 10/11/13 R. Anselmi ed il 11/11/13 Anselmi
 Il Cassiere
 Anselmi

Redatto il 6 Marzo 1914

CASSA RURALE CATTOLICA
 VI 2000
 F. ANS.

Il Villino del Cav. Tommaso Anselmi dove avvenne la firma dell'Atto Costitutivo della "Cassa Rurale Cattolica di Prestiti e Risparmio" in contrada "Le Farine"

Primo bilancio del 1913

non c'è valore senza condivisione



2015
La nostra
Mission

La missione ed i valori della nostra banca

DALL'ART. 17 DELLO STATUTO SOCIALE:

"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."

CONVENIENZA

BEN-ESSERE
COOPERAZIONE
E SVILUPPO
DEL TERRITORIO



La **Missione della Banca di Viterbo** è quella di:

- **favorire** i soci e le comunità locali;
- **perseguire** a vantaggio degli stessi un miglioramento complessivo, sia in campo economico sia più in generale in campo culturale, morale e sociale, definibile come ricerca e diffusione del benessere;
- **promuovere** lo sviluppo della cooperazione, ovvero della partecipazione;
- **incentivare** la coesione;
- **adoperarsi** per il bene comune.

La **Missione della Banca di Viterbo** è in altre parole quella di essere intermediari della fiducia dei soci, delle comunità locali, lavorare per la promozione e lo sviluppo complessivo assicurando un servizio conveniente e personalizzato e favorendo la partecipazione e la coesione. Assumono così rilevanza i concetti come la promozione dell'occupazione, il miglioramento delle qualità della vita delle attuali e future generazioni, il benessere per la collettività.

I VALORI DI
RIFERIMENTO

- 1 Primato e centralità della persona
- 2 L'impegno
- 3 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
- 12 Giovani

I punti fermi della gestione a tutela della nostra identità

Il Socio

- ⇒ Una compagnia sociale ampia e forte che usufruisce di ogni nostro servizio
- ⇒ "Cliente primario" e "referente al tempo stesso" partecipa delle strategie aziendali
- ⇒ Patrimonio fondamentale della banca

La Banca

- ⇒ Orientata al cliente
- ⇒ Solida
- ⇒ Innovativa
- ⇒ Competitiva
- ⇒ "Di Prossimità"
- ⇒ Trasparente
- ⇒ Completa nei servizi non solo bancari

Il Personale
"uno staff"

- ⇒ Motivato
- ⇒ Competente
- ⇒ Determinato
- ⇒ Cooperativo
- ⇒ Disponibile

Il Localismo

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

La Diversità

- ⇒ Legame con il territorio
- ⇒ Mutualità
- ⇒ Cooperazione
- ⇒ Attenzione al sociale
- ⇒ Promozione culturale

... "dovete continuare a inventare - questa è la parola: inventare - nuove forme di cooperazione, perché anche per le cooperative vale il monito: quando l'albero mette nuovi rami, le radici sono vive e il tronco è forte!"

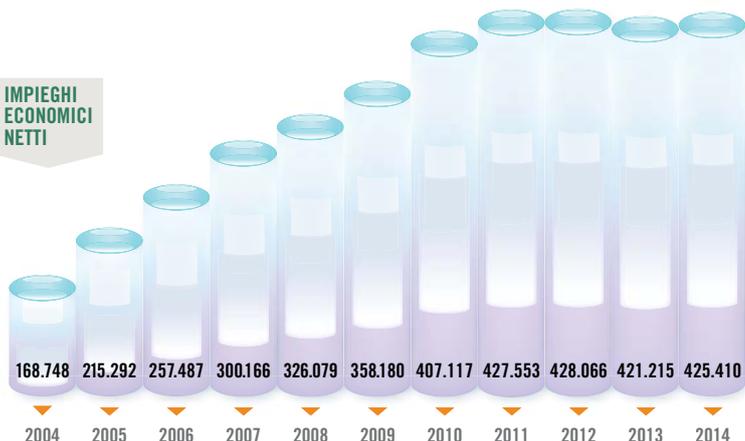
Papa Francesco

La **BANCA di VITERBO** è una realtà a più dimensioni: è banca, cooperativa mutualistica, attore del territorio e componente di una rete. Tutto questo la rende un'impresa differente

Buona BANCA

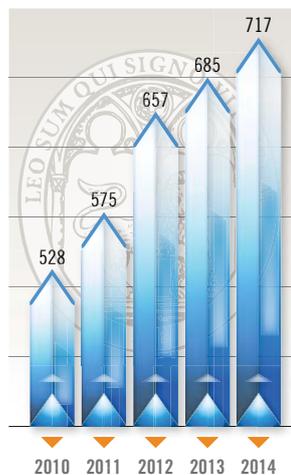
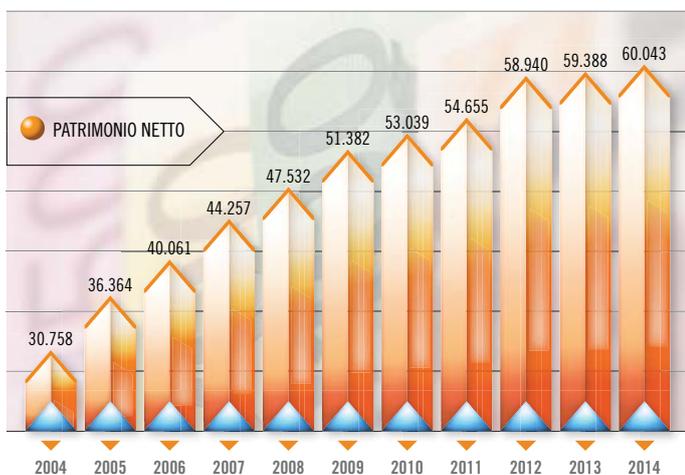
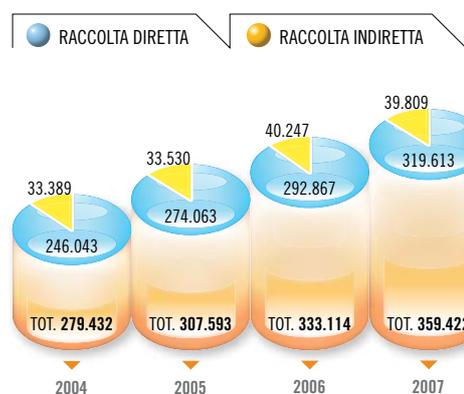
Una Buona Banca, garantisce la solidità e l'efficienza dell'impresa, controlla e gestisce i rischi, realizzando un'organizzazione idonea ed assicurando un'offerta competitiva

IMPIEGHI ECONOMICI NETTI



31/12/2014

| | |
|---|--------|
| Utile netto/Patrimonio netto meno utile netto (ROE) | 1,91% |
| Costi operativi/Margine di intermediazione | 55,81% |
| Margine di interesse/Margine di intermediazione | 50,89% |
| Patrimonio/Raccolta da Clientela ordinaria | 11,55% |
| Patrimonio/Impieghi a Clientela ordinaria | 13,91% |
| Sofferenze nette/Patrimonio | 19,09% |



2010 Totale Attivo: **528** milioni €
 2011 Totale Attivo: **575** milioni €
 2012 Totale Attivo: **657** milioni €
 2013 Totale Attivo: **685** milioni €
 2014 Totale Attivo: **717** milioni €

DATI AL 31 DICEMBRE 2014

- 717 milioni di TOTALE ATTIVO
- 60 milioni di PATRIMONIO
- 425 milioni di CREDITO verso clientela
- 513 milioni di RACCOLTA DIRETTA
- 99 DIPENDENTI
- 16 FILIALI

EVOLUZIONE DIMENSIONALE della Banca dal 2010 al 2014

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:

- Conti correnti dedicati
- Finanziamenti *mutui fondiari, prestiti personalizzati, ecc*
- Investimenti
- Servizi estero
- Sistemi di pagamento
- Servizi on-line
- Carta conto Cabelpay



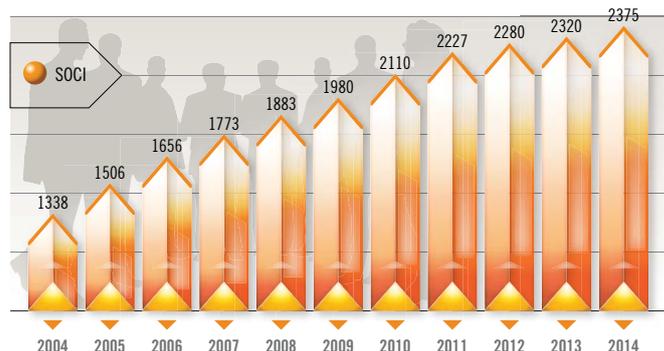
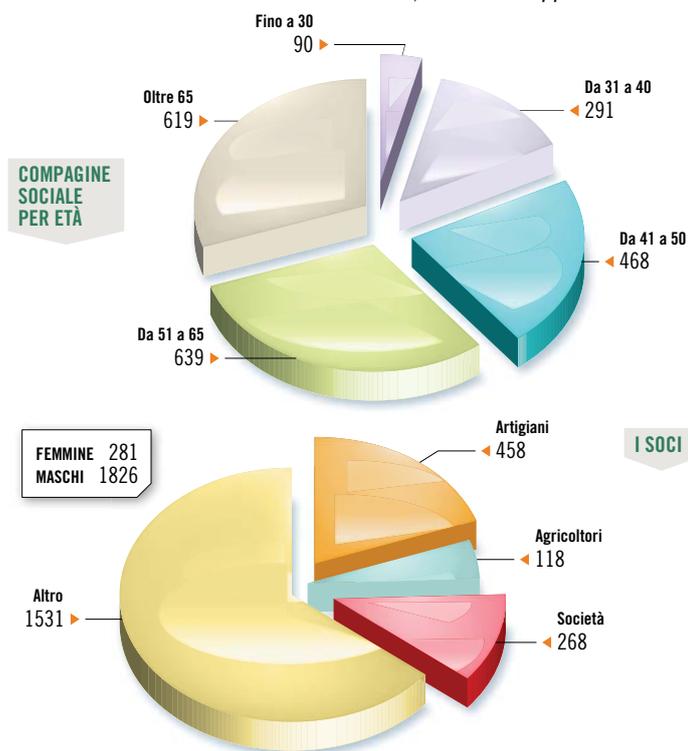
Buona COOPERATIVA: CONTABILITÀ SOCIALE

Una Buona Cooperativa, con un'identità comune e condivisa, sostiene la partecipazione reale dei soci, crea relazioni qualitativamente elevate con tutti i propri interlocutori, aiuta a sviluppare il territorio



Il primo patrimonio di una Banca di Credito Cooperativo e, dunque, anche della nostra Banca, è il socio. Ciò significa che il socio non rappresenta per noi semplicemente un portatore di interessi, ma è prima di tutto una persona che vive e lavora sul nostro territorio.

Persone motivate, capaci di sviluppare le proprie competenze e di credere nelle innovazioni: proprio queste persone sono coloro che danno vero valore a una compagine, che ne rappresentano il valore aggiunto, non solo in termini qualitativi. Senza di loro non è possibile alcuna valorizzazione del patrimonio di una intera organizzazione e la nostra organizzazione come Banca è proiettata verso la valorizzazione delle persone, coerentemente con i nostri principi e con la nostra storia. Noi abbiamo ben chiaro che il socio è un valore e un rapporto di continuità con lui è un ulteriore e indispensabile valore per la Banca. Dire pertanto che il socio è la nostra prima risorsa umana non è retorica, ma una necessità inderogabile per la Banca.



Nel 2014 sono stimati benefici bancari e non bancari destinati ai soci pari a Euro 630.778,94

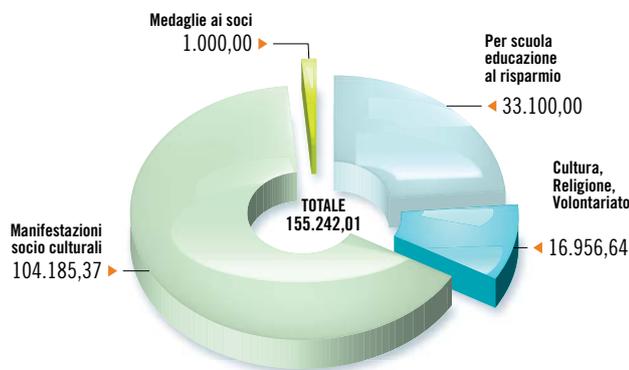
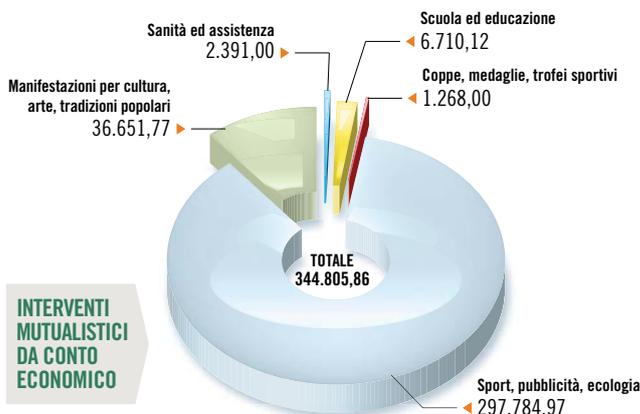
Benefici bancari e non bancari per i soci 2014

| | |
|--------------------------------|---------------------|
| Mutualità bancaria | € 457.343,57 |
| Mutualità non bancaria | € 173.435,37 |
| Totale benefici ai soci | € 630.778,94 |

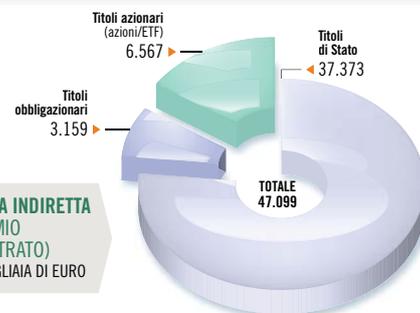
Nell'ambito dei rapporti di carattere bancario (mutualità bancaria), la Banca di Viterbo rispetta in primo luogo il principio dell'erogazione del credito principalmente in favore dei soci secondo le regole della mutualità. Inoltre, la banca, continuando l'operato svolto negli anni precedenti, ha doverosamente concesso ai soci, anche nell'anno 2014, tassi e condizioni più vantaggiose rispetto alla clientela ordinaria su: conti correnti, mutui prima casa e altri finanziamenti. Le incentivazioni di carattere non bancario (mutualità non bancaria) si concretizzano in polizze assicurative, borse di studio, bonus bebè, viaggi sociali ed eventi socio/culturali che vedono i soci come destinatari primari.



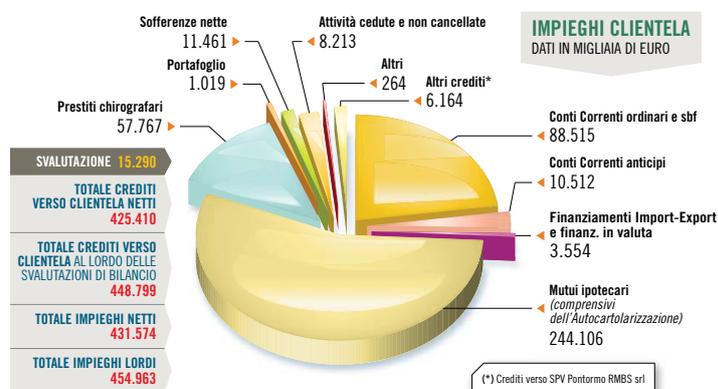
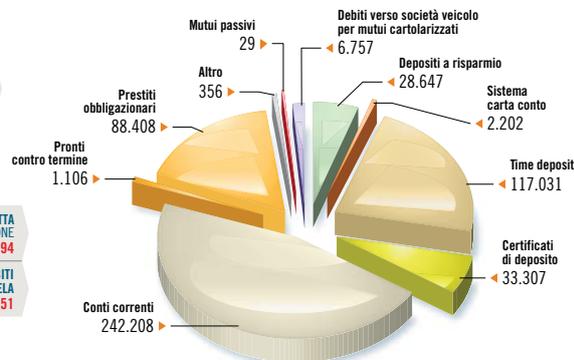
La nostra è una banca locale che si pone come strumento e motore di sviluppo del proprio territorio e, secondo i criteri ispiratori della sua attività, pone tra i suoi obiettivi quello di favorire il miglioramento delle condizioni economiche, morali e culturali delle comunità locali. Per questo, e nella logica dell'operare insieme, Banca di Viterbo ha con gli Enti e le Associazioni del territorio un rapporto quasi quotidiano. Spesso la banca interviene come sponsor e partner finanziario in iniziative rivolte alla comunità locale. Tutta la ricchezza creata resta nel territorio e le iniziative sociali promosse sono uno degli elementi di un progetto che si esprime anche con l'impegno quotidiano di chi lavora a stretto contatto con la realtà territoriale.



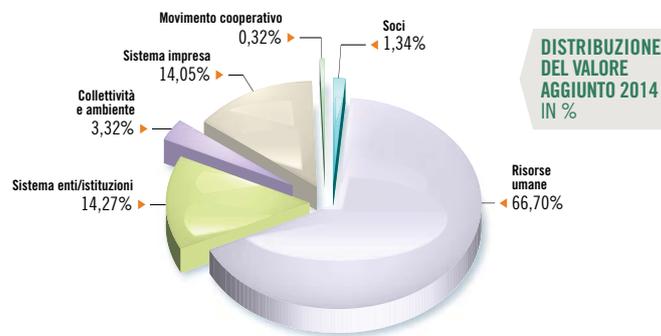
Nei confronti dei clienti la Banca ha sempre conseguito l'obiettivo di offrire un servizio efficiente e competitivo, di qualità, fondato sulla fiducia, la responsabilità e la trasparenza. Il costante miglioramento della qualità della relazione con i clienti è l'obiettivo che la Banca ha continuato a perseguire nel corso dell'anno, senza rinunciare alla propria identità, anzi facendo leva su di essa quale elemento di differenziazione e di vantaggio competitivo.



RACCOLTA DIRETTA
 DATI IN MIGLIAIA DI EURO



| DETERMINAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO 2014 | PROD. NETTA (unità di €) | VAR. % |
|--|--------------------------|---------------|
| Margine di interesse | 10.808.794 | -0,34% |
| Commissioni nette | 4.384.489 | 5,09% |
| Dividendi | 15.000 | -93,16% |
| Risultati delle attività e passività finanziarie | 6.040.591 | 18,58% |
| Risultato dell'attività di copertura | -9.710 | -130,86% |
| Altri proventi netti di gestione | 2.303.854 | 24,28% |
| 1. Totale Produzione Netta | 23.543.018 | 5,97% |
| Consumi | | |
| Altre spese amministrative | -4.994.965 | 2,26% |
| Rettifiche/riprese di valore su crediti e attività/passività finanziarie | -8.110.144 | 13,96% |
| Accantonamenti per rischi ed oneri | -38.633 | 108,50% |
| 2. Totale Consumi | -13.143.742 | 9,35% |
| 3. Valore Aggiunto Globale Lordo | 10.399.276 | 1,99% |
| Rettifiche di valori su attività materiali e immateriali | -510.659 | -11,19% |
| 4. Valore Aggiunto Globale Netto | 9.888.617 | 2,78% |
| Costo del lavoro | -6.937.012 | 2,21% |
| Imposte indirette e tasse | -1.330.527 | 13,90% |
| Interventi nel sociale | -344.806 | 4,18% |
| 5. Risultato Prima delle Imposte | 1.276.272 | -4,42% |
| Imposte sul reddito d'esercizio | -153.066 | -50,84% |
| 6. Risultato di Esercizio | 1.123.206 | 9,70% |

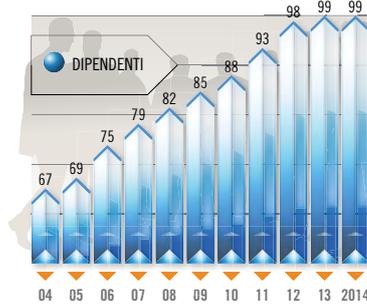
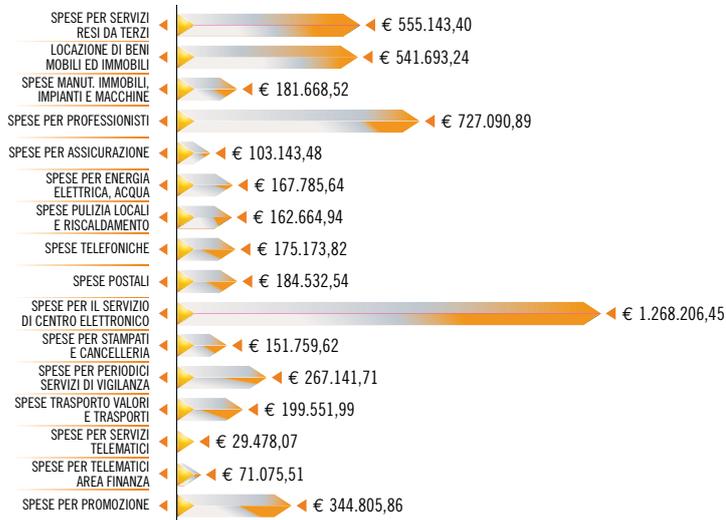


Dall'analisi del Valore aggiunto prodotto e distribuito si evidenzia che:

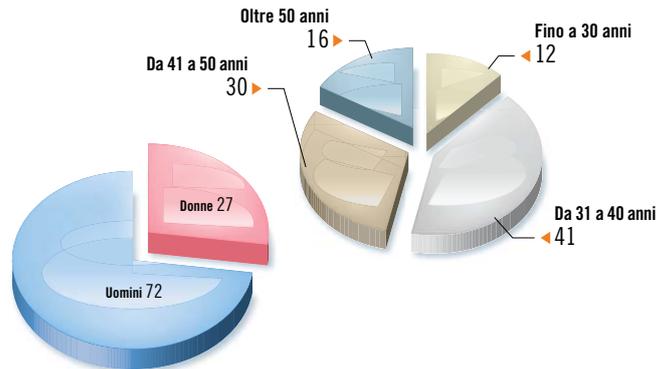
- i Soci hanno direttamente beneficiato per una percentuale del 1,34% oltre all'effettivo vantaggio nella quotidiana ordinaria attività di intermediazione creditizia;
- il 3,32% è stato distribuito alla Collettività, sotto forma di contributi e interventi mutualistici;
- ai Collaboratori viene distribuito il 66,70% 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 14,05%, è destinato al sistema impresa, ovvero all'accantonamento di risorse necessarie allo sviluppo della Banca;
- al sistema della Enti/Istituzioni è destinato il 14,27%, sotto forma di imposte e tasse;
- al movimento Cooperativo viene infine destinato lo 0,32%.

I fornitori vengono scelti dalla Banca prevalentemente nell'ambito locale, spesso fra gli stessi Soci in base a criteri di affidabilità, professionalità, competenza, qualità del servizio e assistenza.

I fornitori sono in maggioranza ricorrenti e nel corso degli anni la Banca ha rafforzato e razionalizzato i rapporti con quei fornitori che hanno dimostrato di poter offrire un servizio di efficienza e qualità, anche se vengono comunque effettuati preventivi di comparazione per il controllo dei costi.



Sono i collaboratori che rappresentano il "volto" della Banca, che ne costituiscono l'anima operativa, che ne determinano con il loro coinvolgimento e la loro motivazione il conseguimento delle finalità della Banca, il cui obiettivo primario è la valorizzazione delle risorse umane, l'ottimizzazione delle attribuzioni e delle responsabilità di ciascun collaboratore.



Buona RETE

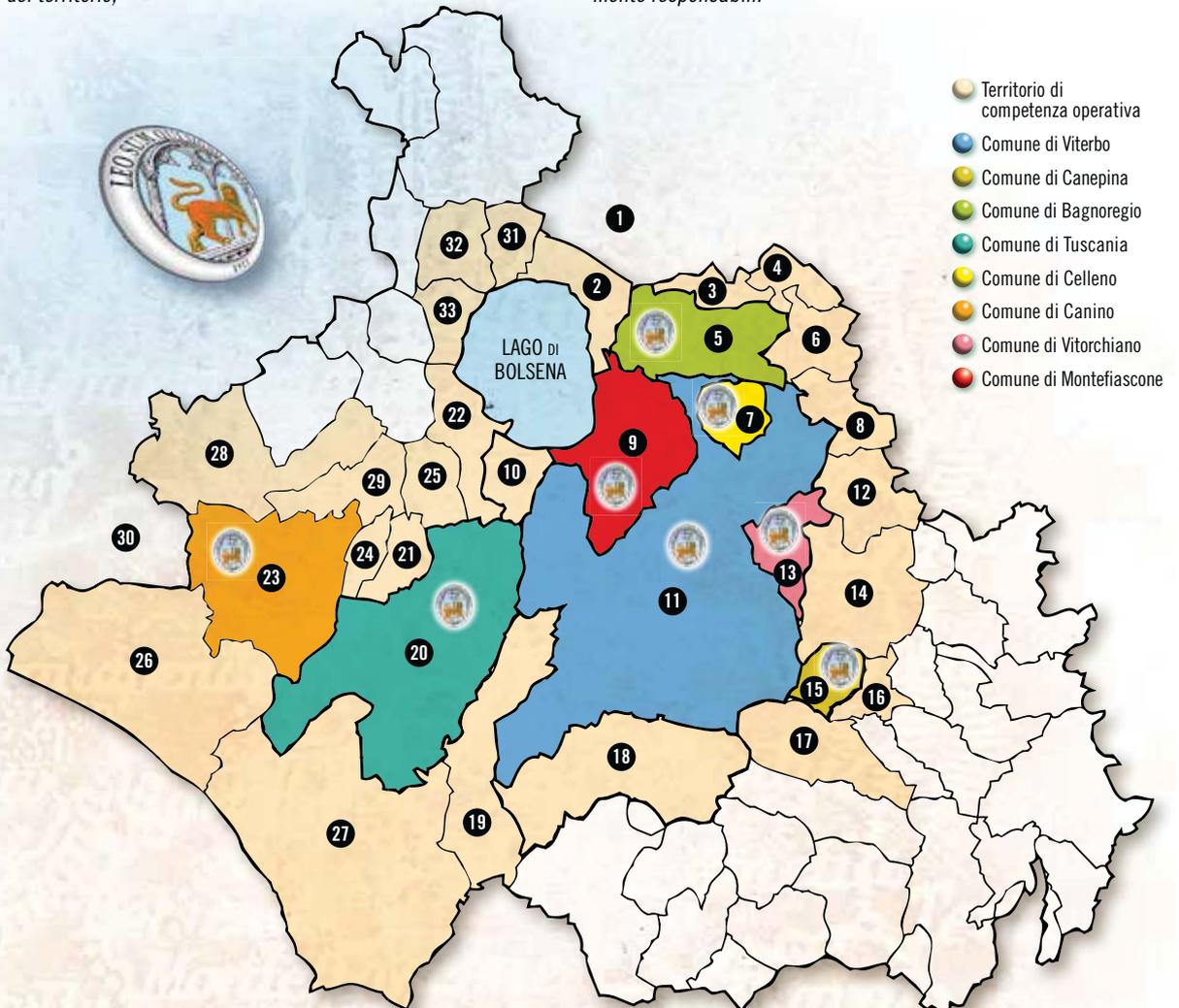
L'espansione territoriale è la via principale per accrescere le dimensioni quale necessità di risposta alle problematiche poste dall'evoluzione del contesto competitivo. È una scelta obbligata, necessaria e comunque coerente con i valori e le finalità del nostro operare:

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

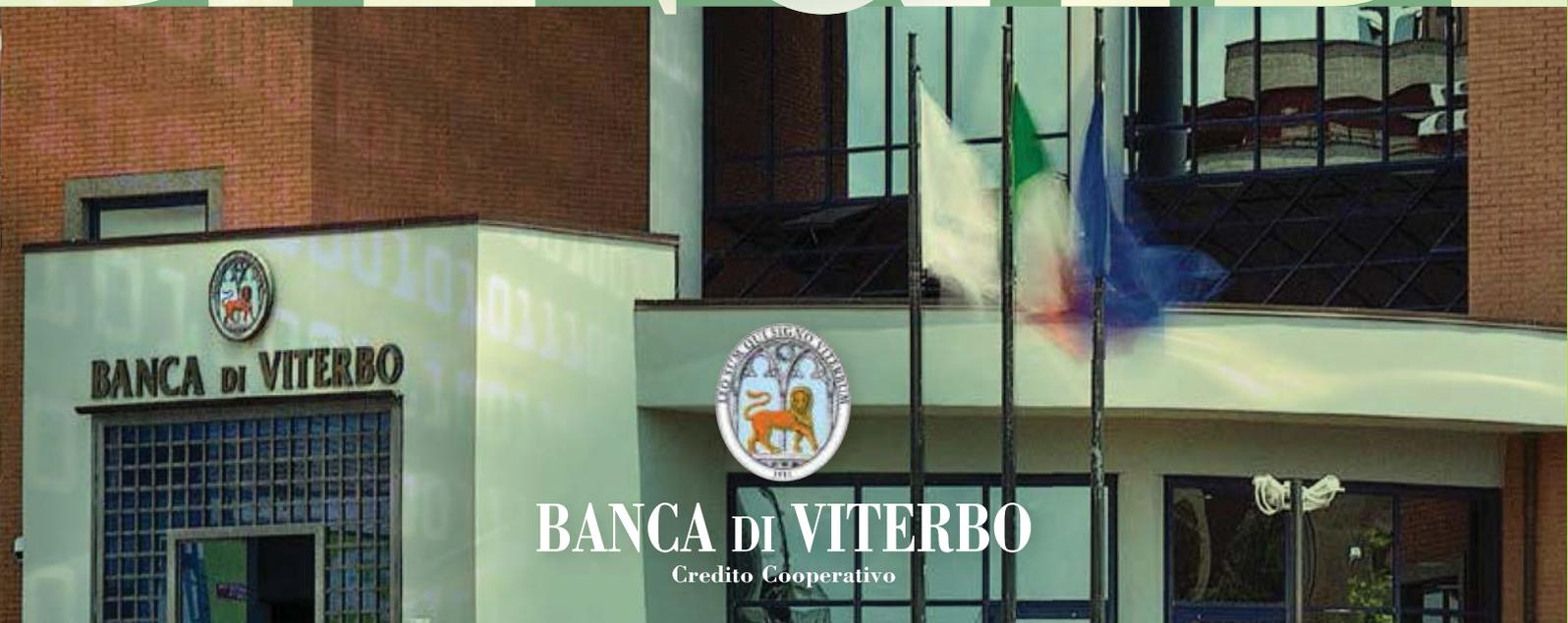
- consolidamento e rafforzamento dei vantaggi competitivi acquisiti in termini di efficienza gestionale ed operativa;
- accesso al credito anche e soprattutto agli operatori minori;
- impiego delle risorse laddove le raccoglie.

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**
- 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)
- 31 S. Lorenzo Nuovo
- 32 Grotte di Castro
- 33 Gradoli



BANCA DI VITERBO



- **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 del 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**
SPORTELLO SELF-SERVICE
Piazza Fontana Grande, 2
- **VITERBO Agenzia N° 6**
Via Vico Quinzano, 2
Tel. 0761.320492
Fax 0761.331188
- **VITERBO Agenzia N° 7**
Str. Teverina, 5/A
Tel. 0761.251203
Fax 0761.274538
- **VITERBO**
SPORTELLO PALAZZO DI GIUSTIZIA
Via G. Falcone e P. Borsellino, 41
Tel. 0761.275581
Fax 0761.273176
- **BAGNOREGIO (VT)**
Via Divino Amore, snc
Tel. 0761.760072
Fax 0761.760366
- **CANEPINA (VT)**
Via Giovanni XXIII, 1/5
Tel. 0761.752253
Fax 0761.750054
- **CANINO (VT)**
Via Cavour, 64/66
Tel. 0761.437571
Fax 0761.439608
- **CASTIGLIONE IN TEVERINA (VT)**
SPORTELLO DI TESORERIA
Via Orvietana, 57
Tel. 0761.948865
Fax 0761.948751
- **CELLENO (VT)**
Piazza B. Cellini, 1
Tel. 0761.912702
Fax 0761.913885
- **MONTEFIASCONE (VT)**
Via Cardinal Salotti, 48/a
Tel. 0761.831054
Fax 0761.827521
- **TUSCANIA (VT)**
Via Tarquinia, 76
Tel. 0761.445015
Fax 0761.444828
- **VITORCHIANO (VT)**
P.zza Donatori di Sangue, 9
Tel. 0761.371459
Fax 0761.371813
- **VITORCHIANO (VT)**
Loc. IL PALLONE
SPORTELLO BANCOMAT
Via Marmolada snc
c/o Cine Tuscia Village

* Per servirTi meglio, siamo aperti anche il **SABATO** dalle 9,00 alle ore 12,30