



“Le cooperative sono un richiamo alla comunità internazionale del fatto che è possibile perseguire sia la redditività economica sia la responsabilità sociale”.

Ban Ki-Moon
Segretario Generale delle Nazioni Unite

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.”

La Missione della Banca di Viterbo è quella di:

- favorire e sostenere lo sviluppo per realizzare progetti di crescita a 360 gradi nel territorio raccogliendo e investendo nello stesso. Sostenere dunque progetti finalizzati al miglioramento economico, culturale, morale e sociale della comunità;
- conoscere e interpretare i bisogni e proporre soluzioni adeguate;
- perseguire la soddisfazione delle reali esigenze della clientela sia mediante un'ampia gamma di prodotti “su misura”, sia mediante l'applicazione di condizioni favorevoli ma, soprattutto, ricercando un approccio che non sia solo di tipo commerciale bensì basato sulla consulenza e sull'assistenza;
- promuovere la partecipazione e la coesione.

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 punti fermi della gestione a tutela della nostra identità

Il Socio	La Banca	Il Personale “uno staff”
➤ Una compagnia sociale ampia e forte che usufruisce di ogni nostro servizio ➤ “Cliente primario” e “referente al tempo stesso” partecipe delle strategie aziendali ➤ Patrimonio fondamentale della banca	➤ Orientata al cliente ➤ Solida ➤ Innovativa ➤ Competitiva ➤ “Di Prossimità” ➤ Trasparente ➤ Completa nei servizi non solo bancari	➤ Motivato ➤ Competente ➤ Determinato ➤ Cooperativo ➤ Disponibile
Il Localismo	La Diversità	
➤ Testa pensante locale ➤ Un affidabile collaboratore economico ➤ Un interlocutore sensibile ➤ Promozione dello sviluppo delle comunità locali	➤ Legame con il territorio ➤ Mutualità ➤ Cooperazione ➤ Attenzione al sociale ➤ Promozione culturale	



➤ **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

➤ **CANINO** (VT)
SPORTELLO BANCOMAT
Via Montalto di Castro, 25/A

➤ **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

➤ **MONTEFASCONO** (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

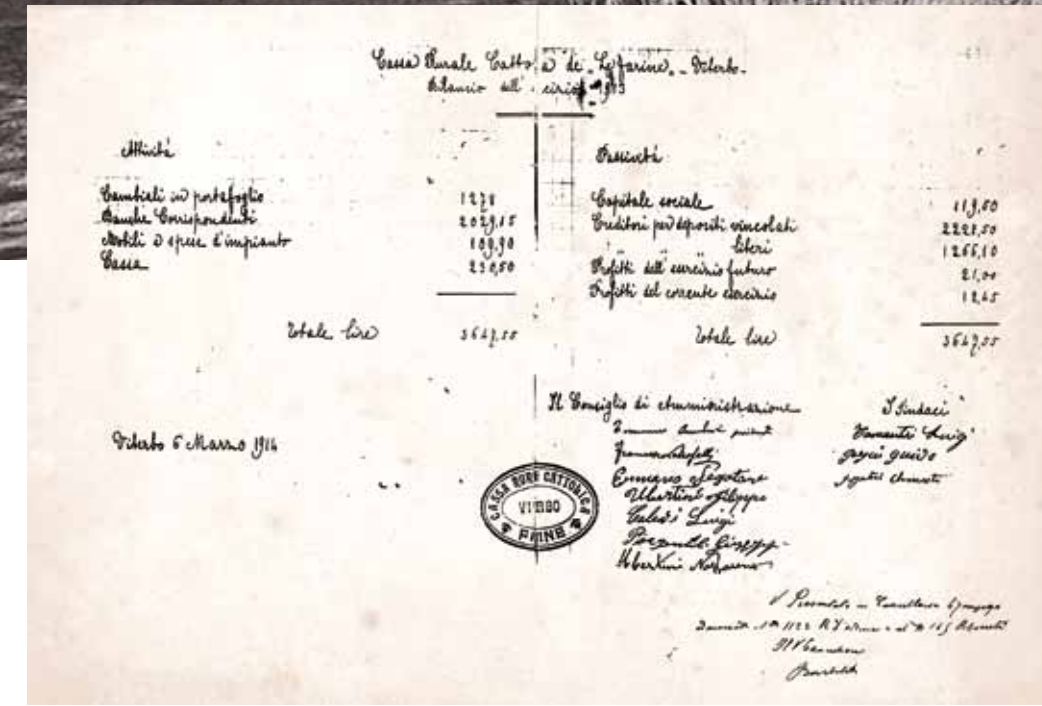
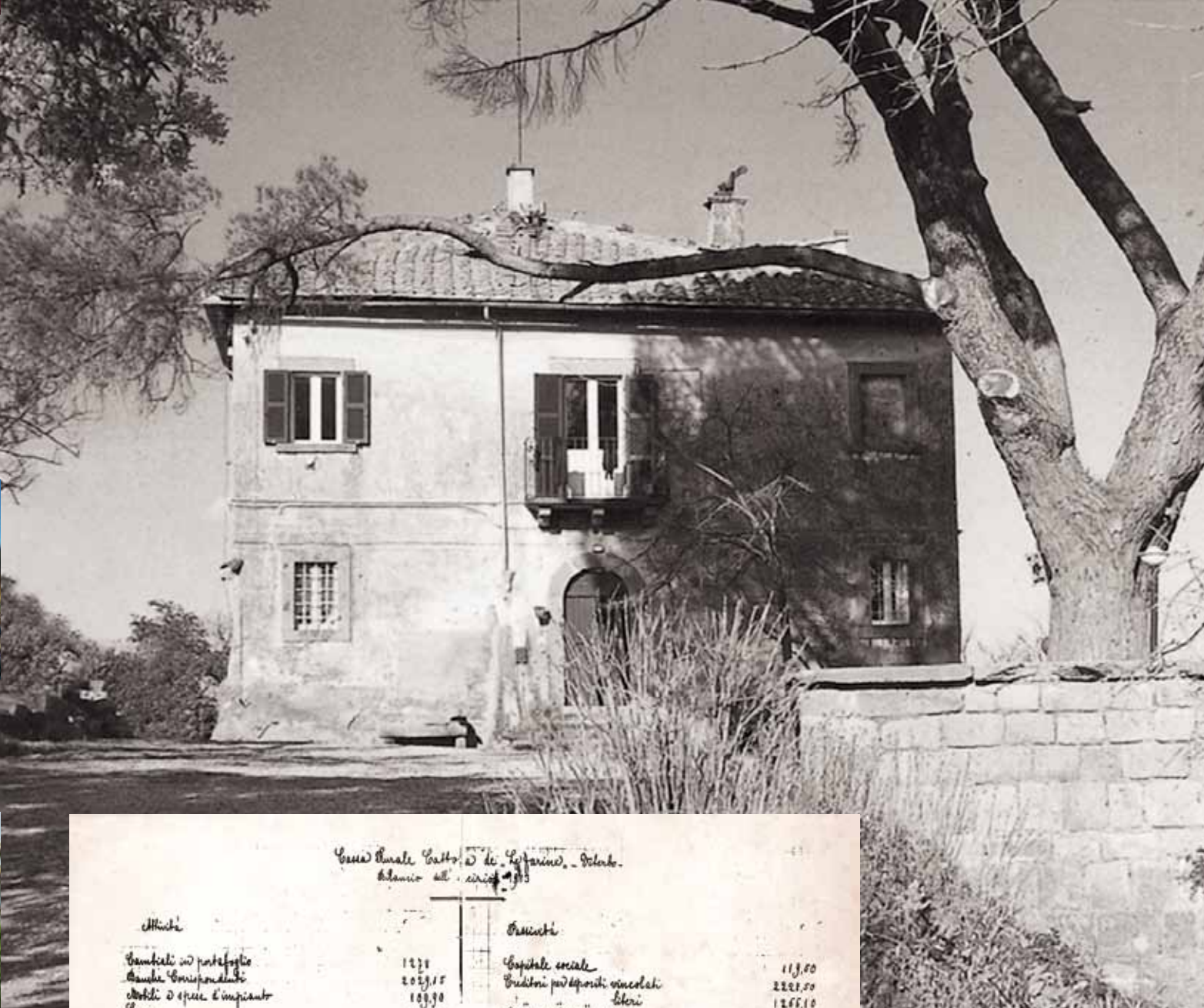
www.bancadiviterbo.it



SPORTELLI SELF-SERVICE - VITERBO - Foto in copertina: VITTORIO LEGGIANI



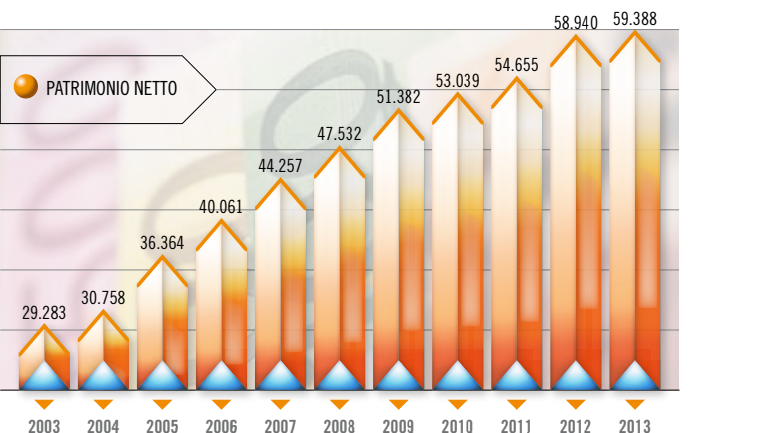
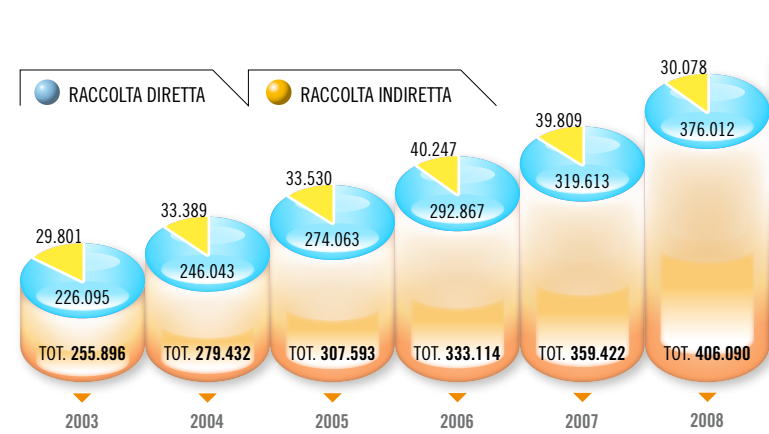
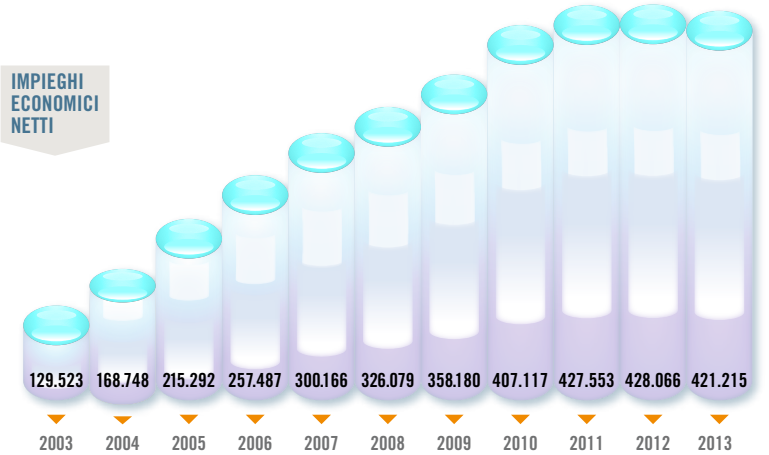
BANCA di VITERBO
Credito Cooperativo



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

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



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:

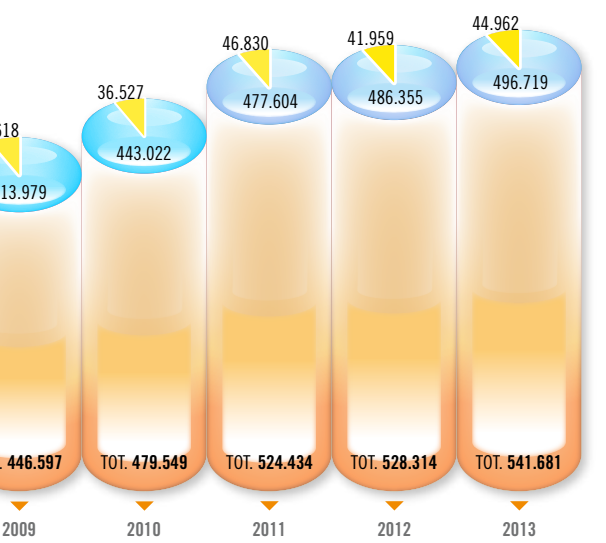
- Conti correnti dedicati
- Finanziamenti mutui fondiari, prestiti personalizzati, ecc
- Investimenti
- Servizi estero
- Sistemi di pagamento
- Servizi on-line
- Carta conto Cabelpay



Buona 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

31/12/2013	
Utile netto/patrimonio netto meno utile netto (ROE)	1,75%
Costi operativi/margine di intermediazione	58,49%
Margine di interesse/margine di intermediazione	53,26%
Patrimonio/Raccolta da Clientela ordinaria	11,76%
Patrimonio/impieghi a Clientela ordinaria	13,93%
Sofferenze/Patrimonio	7,08%



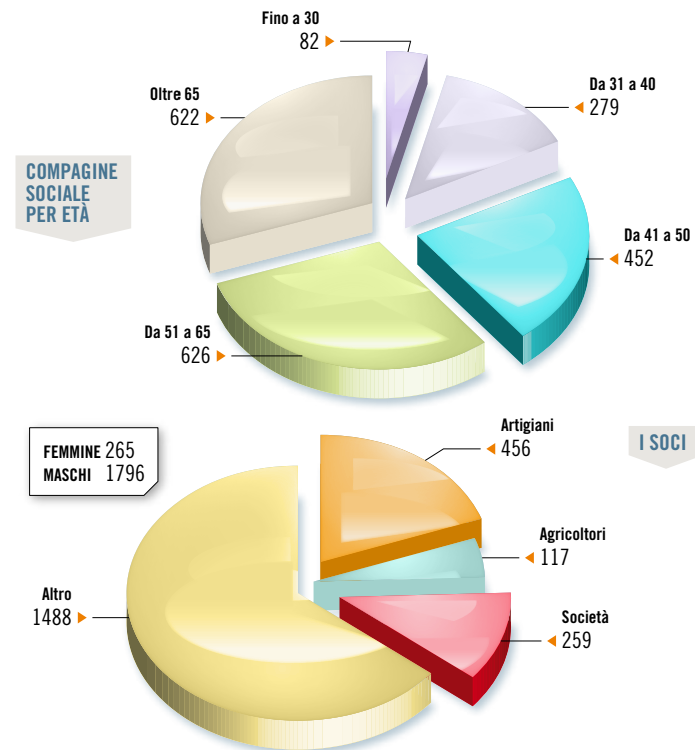
2009 Totale Attivo:	484 milioni €
2010 Totale Attivo:	528 milioni €
2011 Totale Attivo:	575 milioni €
2012 Totale Attivo:	657 milioni €
2013 Totale Attivo:	685 milioni €

DATI AL 31 DICEMBRE 2013
- 685 milioni di TOTALE ATTIVO
- 59 milioni di PATRIMONIO
- 421 milioni di CREDITO verso clientela
- 497 milioni di RACCOLTA DIRETTA
- 99 DIPENDENTI
- 16 FILIALI

EVOLUZIONE DIMENSIONALE della Banca dal 2009 al 2013

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



Nel 2013 sono stimati benefici bancari e non bancari destinati ai soci pari a Euro 638.480,14

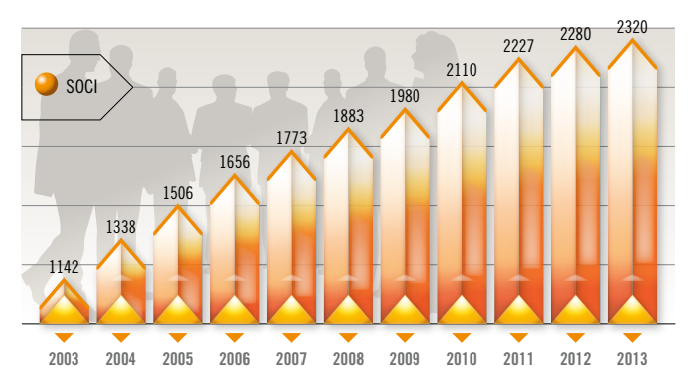
Benefici bancari e non bancari per i soci 2013	
Mutualità bancaria	€ 478.627,99
Mutualità non bancaria	€ 159.852,15
Totale benefici ai soci	€ 638.480,14



VAL 100 ANNI RE PER I NOSTRI SOCI

I soci sono, contemporaneamente, i proprietari della Banca di Viterbo ed i suoi primi interlocutori sul piano operativo. L'incremento della base sociale dei nostri istituto in questi anni rappresenta il consolidamento del radicamento territoriale e del legame con le comunità locali.

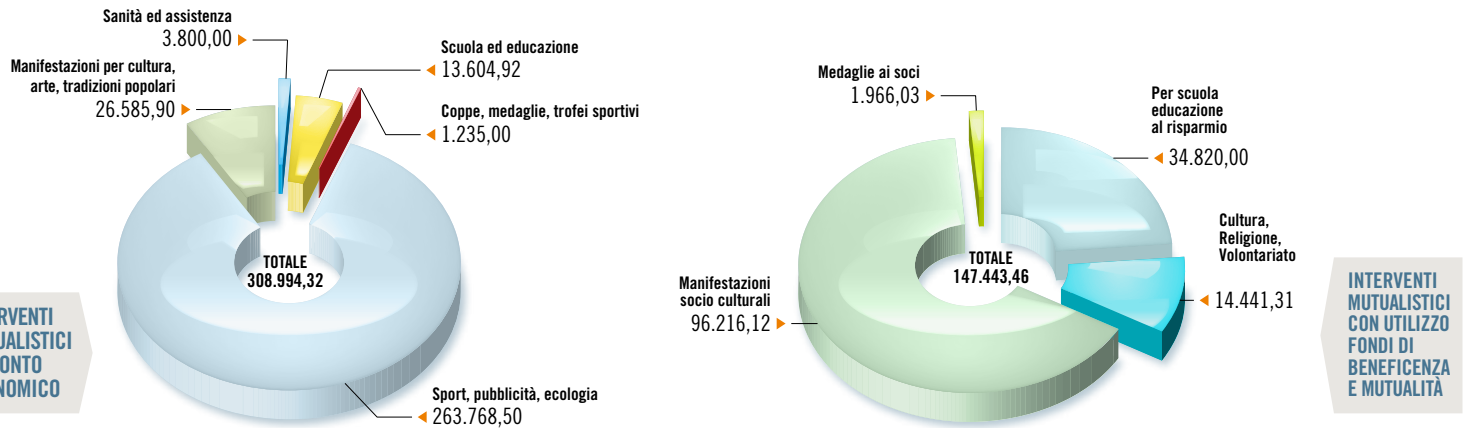
Il vantaggio mutualistico del rapporto società-socio è sempre incorporato sia nelle condizioni praticate per l'utilizzazione dei prodotti e servizi che nelle semplificazioni di accesso ed utilizzo degli stessi, realizzando così per tutta la nostra utenza un insieme di condizioni e situazioni di gran lunga più favorevoli rispetto alla generalità di quanto riscontrabile sul mercato corrente. Così operando si realizza in concreto lo scopo mutualistico interno nei rapporti con i soci, ma nello stesso tempo si determina anche una favorevole apertura verso il più vasto contesto sociale del nostro territorio di riferimento creando così una forte convergenza di interessi, fondamentale per la nostra identificazione come banca di riferimento e come centro propulsore per la crescita e lo sviluppo del territorio.



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 2013, 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.

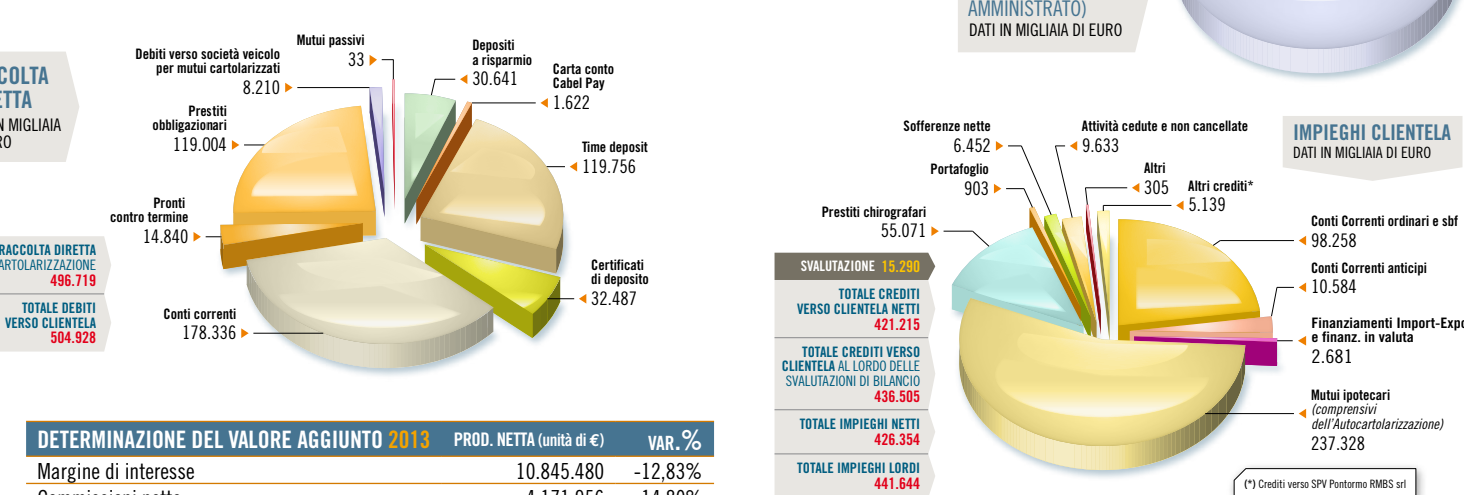
VAL 100 ANNI RE PER LA COLLETTIVITÀ

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.

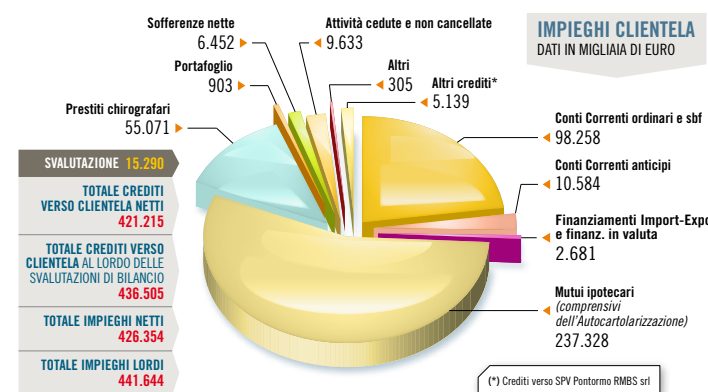


VAL 100 ANNI RE PER I NOSTRI CLIENTI

L'obiettivo costante è quello di fornire ai nostri clienti un servizio di qualità, adottando uno stile di relazione basato sulla trasparenza, sulla fiducia, sulla disponibilità, sull'ascolto attivo, in poche parole sull'attenzione al cliente.



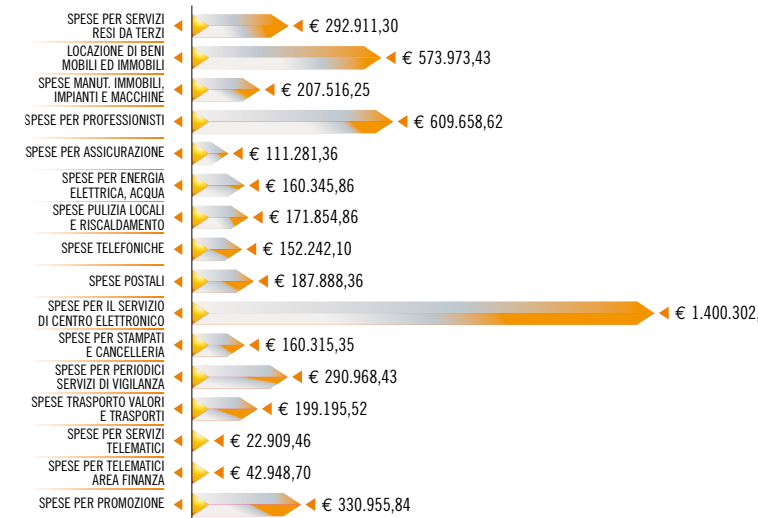
DETERMINAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO 2013		
	PROD. NETTA (unità di €)	VAR. %
Margine di interesse	10.845.480	-12,83%
Commissioni nette	4.171.956	14,80%
Dividendi	219.431	264,92%
Risultati delle attività e passività finanziarie	5.094.219	-138,36%
Risultato dell'attività di copertura	31.468	250,56%
Altri proventi netti di gestione	1.853.752	16,22%
1. Totale Produzione Netta	22.216.306	11,94%
Consumi		
Altre spese amministrative	4.884.427	7,11%
Rettifiche/riprese di valore su crediti e attività/passività finanziarie	7.116.958	43,30%
Accantonamenti per rischi ed oneri	18.529	-
2. Totale Consumi	12.019.914	24,87%
3. Valore Aggiunto Caratteristico Lordo	10.196.392	-0,24%
Utili delle attività/passività in via di dismissione e utile da cessione investimenti	-	-
4. Valore Aggiunto Globale Lordo	10.196.392	-0,24%
Rettifiche di valori su attività materiali e immateriali	574.971	-9,60%
5. Valore Aggiunto Globale Netto	9.621.421	0,38%
Costo del lavoro	6.787.070	1,96%
Imposte indirette e tasse	1.168.129	21,79%
Interventi nel sociale	330.956	-9,88%
6. Risultato prima delle Imposte	1.335.266	-16,82%
Imposte sul reddito d'esercizio	311.374	-25,56%
7. Risultato di Esercizio	1.023.892	-13,46%



Dall'analisi del Valore aggiunto prodotto e distribuito si evidenzia che:
- i Soci hanno direttamente beneficiato per una percentuale del 1,40% oltre all'effettivo vantaggio nella quotidiana ordinaria attività di intermediazione creditizia;
- il 3,25% è stato distribuito alla Collettività, sotto forma di contributi e interventi mutualistici;
- ai Collaboratori viene distribuito il 66,56% 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 13,98%, è destinato al sistema impresa, ovvero all'accantonamento di risorse necessarie allo sviluppo della Banca;
- al sistema della Enti/Istituzioni è destinato il 14,51%, sotto forma di imposte e tasse;
- al movimento Cooperativo viene infine destinato lo 0,38%

VAL 100 ANNI RE PER I FORNITORI

Nell'ambito delle sue attività, la Banca di Viterbo si avvale della collaborazione di numerosi fornitori di beni e servizi. La maggior parte di essi viene scelta in ambito locale, preferibilmente tra Aziende Socie e Clienti della Banca. Obiettivo dell'Istituto, nella scelta operata con tali criteri, è di instaurare un rapporto consolidato con i fornitori, che generi reciproci vantaggi e conseguenti ricadute economiche e sociali sulle nostre comunità.



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.

