

BILANCIO SOCIALE 2003



BANCA CARIGE SPA

BILANCIO SOCIALE AL 31 DICEMBRE 2003

INDICE

MESSAGGIO DEL PRESIDENTE

ORGANI AMMINISTRATIVI

PREMESSA

IDENTITA' AZIENDALE

**RENDICONTO Produzione e
distribuzione del valore**

	1
1.1 Storia	2
1.2 Contesto di riferimento	4
1.2.1 Scenario	4
1.2.2 Mercato	6
1.3 Valori	7
1.4 Missione	7
1.5 Assetto istituzionale e organizzativo	8
1.5.1 Corporate governance	8
1.5.2 Partecipazioni e alleanze	9
1.5.3 Assetto organizzativo e rete territoriale	11
1.6 Disegno strategico	13
1.7 Piano programmatico	14
1.8 Scelte qualificanti	14
2.1 Dati significativi di gestione	17
2.1.1 Financial highlights	17
2.1.2 Conto economico riclassificato	18
2.1.3 Stato patrimoniale riclassificato	18
2.1.4 Indici gestionali e di borsa	18
2.2 Prospetto di determinazione del Valore Aggiunto	22
2.3 Prospetto di riparto del Valore Aggiunto	23

**LA RELAZIONE DI
SCAMBIO
SOCIALE**

26

**BANCA E RISORSE
UMANE****3.1 Banca e risorse umane** 26

3.1.1	Linee politiche coerenti con i valori di riferimento	26
3.1.2	Politica delle assunzioni	26
3.1.3	Composizione del personale	26
3.1.4	Rete di promozione finanziaria	27
3.1.5	Consistenza del personale	27
3.1.6	Politiche delle pari opportunità	27
3.1.7	Attività sociali	27
3.1.8	Aspetti solidaristici	28
3.1.9	Comunicazione interna	28
3.1.10	Relazioni sindacali e conflittualità	29
3.1.11	Formazione e valorizzazione	29
3.1.12	Turnover	31
3.1.13	Assenze	31
3.1.14	Sistemi di remunerazione	31
3.1.15	Sistemi di incentivazione	31
3.1.16	Sicurezza e salute sul luogo di lavoro	32
3.1.17	Contenzioso	32

**BANCA E
AZIONISTI/SOCI****3.2 Banca e azionisti / soci** 32

3.2.1	Linee politiche coerenti con i valori di riferimento	33
3.2.2	Composizione percentuale del capitale sociale	33
3.2.3	Remunerazione del capitale investito	34
3.2.4	Partecipazione dei soci al governo dell'impresa e tutela delle minoranze	34
3.2.5	Servizi e agevolazioni riservate ai soci	35
3.2.6	Investor relations	35
3.2.7	Comunicazione e informazione	35
3.2.8	Contenzioso e litigiosità	35

BANCA E CLIENTI**3.3 Banca e clienti** 36

3.3.1	Linee politiche coerenti con i valori di riferimento	36
3.3.2	Caratteristiche ed analisi della clientela	36
3.3.3	Condizioni negoziali	38
3.3.4	Marketing development	39
3.3.5	Comunicazione e informazione	41
3.3.6	Sistemi di qualità e Customer satisfaction	42
3.3.7	Contenzioso e litigiosità	42

BANCA E FORNITORI**3.4 Banca e fornitori** 43

3.4.1	Linee politiche coerenti con i valori di riferimento	43
3.4.2	Outsourcing e consulenze	43
3.4.3	Comunicazione e informazione	44
3.4.4	Qualificazione ed analisi dei fornitori	44
3.4.5	Condizioni negoziali	44
3.4.6	Ricaduta sul territorio	44
3.4.7	Contenzioso e litigiosità	45

BANCA E SISTEMA FINANZIARIO E ALTRE ISTITUZIONI	3.5 Banca e sistema finanziario e altre istituzioni	46
	3.5.1 Linee politiche coerenti con i valori di riferimento	46
	3.5.2 Rapporti con le altre banche	46
	3.5.3 Rapporti con le compagnie assicurative e con gli altri intermediari finanziari	46
	3.5.4 Rapporti con le Fondazioni bancarie	46
	3.5.5 Rapporti con le Autorità di Vigilanza e Monetaria	46
	3.5.6 Rapporti con le associazioni di categoria	47
	3.5.7 Comunicazione e informazione	47
	3.5.8 Contenzioso e litigiosità	47
BANCA E STATO/ ENTI LOCALI	3.6 Banca e Stato / Enti locali	47
	3.6.1 Linee politiche coerenti con i valori di riferimento	47
	3.6.2 Imposte, tributi e tasse	47
	3.6.3 Rapporti con gli enti locali	48
	3.6.4 Norme interne e sistemi di controllo volti a garantire l'osservanza della legge	49
	3.6.5 Rapporti con la Pubblica Amministrazione	49
	3.6.6 Comunicazione e informazione	50
	3.6.7 Contenzioso e litigiosità	50
BANCA E COLLETTIVITA'	3.7 Banca e collettività	50
	3.7.1 Persone	50
	3.7.2 Ambiente	52
	3.7.3 Media	53
	3.7.4 Comunità virtuale	53
PROPOSTA DI MIGLIORAMENTO		56
SCHEDA DI VALUTAZIONE		57

Messaggio del Presidente

Negli ultimi tre lustri l'integrazione internazionale dei mercati, la liberalizzazione dell'attività bancaria, le innovazioni tecnologiche e finanziarie e gli interventi di carattere normativo hanno profondamente trasformato il sistema bancario italiano e intensificato la concorrenza tra gli intermediari.

La ricerca di assetti adeguati a fronteggiare l'inasprimento della concorrenza si è tradotta in un intenso processo di concentrazione che ha dato vita a intermediari in grado di competere con i principali operatori europei: sei banche italiane figurano, per valore di mercato, tra le trenta più grandi nell'area dell'euro.

A questo punto del processo, ancora in itinere, accanto ai grandi gruppi, se ne sono affermati altri di medie dimensioni, quali il Gruppo Carige, caratterizzati da un forte radicamento nel tessuto economico e sociale locale e, quindi, molto attenti alle esigenze degli operatori medio - piccoli.

Il percorso di crescita in autonomia intrapreso dalla Carige all'inizio degli anni Novanta, le ha consentito di sopravvivere e svilupparsi senza perdere la propria identità e il contatto con la collettività locale. La Fondazione Cassa di Risparmio di Genova e Imperia, dal canto suo, avendo accompagnato il processo di progressiva e graduale privatizzazione della Banca in modo virtuoso, può attualmente contare su un flusso di reddito adeguato a sostenere gli interventi finanziari nei settori di utilità sociale prescelti.

L'autonomia che la Banca ha preservato è particolarmente preziosa in quanto rafforza il rapporto con le realtà locali e per questa via continua a contribuire alla crescita sociale ed economica delle comunità di riferimento; il confronto con nuovi territori e clientela diversa, determinato dall'acquisizione delle altre banche e delle compagnie assicurative facenti parte del Gruppo e delle reti di sportelli, ha comportato per la Banca un aumento del grado di complessità organizzativa e gestionale, ma non ha modificato la modalità di rapportarsi con le economie di rispettiva appartenenza, secondo un approccio definibile di "multilocalismo".

In questi anni di profondo cambiamento la Banca ha sviluppato significativamente il valore creato, sia in termini economici, che sociali: gli utili crescenti hanno consentito di remunerare adeguatamente gli azionisti, con riferimento ai dividendi distribuiti ed all'apprezzamento del valore del titolo e nel contempo la Banca ha accresciuto il patrimonio di fiducia e consenso da parte degli altri soggetti che, a diverso titolo, sono in rapporto con l'azienda: i dipendenti, i clienti, i fornitori, le pubbliche amministrazioni e la collettività (c.d. stakeholder).

Il Bilancio Sociale di Banca Carige vuole essere, oltre che uno strumento di comunicazione della performance sociale, un momento di riflessione sul percorso di continua crescita in corso.

Giovanni Berneschi

ORGANI AMMINISTRATIVI E SOCIETA' DI REVISIONE PER GLI ESERCIZI 2003 – 2005

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE	COLLEGIO SINDACALE	DIREZIONE GENERALE	DIREZIONI	STRUTTURE DI STAFF
PRESIDENTE	PRESIDENTE	DIRETTORE GENERALE	<i>Commerciale</i> Luigi Gardelli	<i>Rapporti esterni</i> E. P. Molinari
Giovanni Berneschi*	Fulvio Rosina	Alfredo Sanguinetto	<i>Rete Liguria</i> Armando Remuzzi	<i>Controlli interni</i> <i>Controllo e gestione</i> <i>Rischi</i> Armando Botto
VICE PRESIDENTE	SINDACI EFFETTIVI	VICE DIRETTORE GENERALE	<i>Rete foranea</i> Mario Cavanna	
Alessandro Scajola *	Antonio Semeria Andrea Traverso	RISORSE	<i>Finanza</i> Giacomo Burro	<i>Studi, Pianificazione</i> <i>Controllo di gestione</i> Ennio La Monica
CONSIGLIERI	SINDACI SUPPLEMENTI	Carlo Arzani	<i>Crediti</i> Riccio Da Passano	SOCIETA' DI REVISIONE
Adalberto Alberici *		VICE DIRETTORE GENERALE	<i>Recupero crediti e contenzioso</i> Giuseppe Punta	
Piergiorgio Alberti **	Adriano Lunardi	AMMINISTRAZIONE		
Andrea Baldini *	Massimo Scotton	Giovanni Poggio	<i>Information Communication Technology (I.C.T.)</i> Giorgio Seronello	Deloitte & Touche SpA
Giorgio Binda		VICE DIRETTORE GENERALE		
Jean-Jacques Bonnaud		MERCATO		
Luca Bonsignore		Achille Tori	<i>Organizzazione</i> Benedetto Frixione	
Mario Capelli*			<i>Risorse Umane</i> Sergio Donegà	
Remo Angelo Checconi			<i>Contabilità e servizi</i> Mario Venturino	
Maurizio Fazzari			<i>Bilancio e contabilità di Gruppo</i> Mario De Negri	
Pietro Isnardi			<i>Segreteria generale e legale</i> Giacomo Ottonello	
Ferdinando Menconi			<i>Tecnico ed economato</i> Lorenzo La Terra	
Paolo Cesare Odone *				
Vincenzo Roppo				
Enrico Maria Scerni *				
Francesco Taranto				
Oliviero Tarolli				

* *Membro del Comitato Esecutivo*

** *Consigliere anziano*

Il Consiglio di Amministrazione è stato nominato dall'Assemblea ordinaria degli Azionisti del 31/3/2003 per gli esercizi 2003-2004-2005.

Il Comitato Esecutivo è stato nominato dal Consiglio di Amministrazione del 14/4/2003 fino al 31/10/2004.

L'attuale assetto strutturale ed organizzativo della Banca è stato deliberato dal Consiglio di Amministrazione il 14/4/2003 e successivamente modificato dal Direttore Generale, nell'ambito della delega allo stesso conferita in materia, con decorrenza 9/12/2003.

Il Collegio Sindacale è stato nominato dall'Assemblea ordinaria degli Azionisti del 29/4/2002 per gli esercizi 2002-2003-2004.

La società di revisione è stata nominata dall'Assemblea ordinaria degli Azionisti del 31/3/2003 per gli esercizi 2003-2004-2005.

PREMESSA

Il sistema informativo di bilancio negli ultimi anni si è andato arricchendo di connotati sociali, costituendo per il vertice aziendale l'occasione per comunicare, oltre alle strategie realizzate e ai risultati economici e finanziari conseguiti, anche un'informativa relativa all'impatto e alle interazioni dell'attività dell'azienda con la collettività e con l'ambiente.

Al tradizionale Bilancio di esercizio si sono affiancati ulteriori documenti che assumono nella dottrina e nella pratica la denominazione di "Bilancio sociale", quando si focalizzano sui rapporti dell'impresa con la collettività (dipendenti, clienti, fornitori, pubbliche amministrazioni, soci), ovvero di "Bilancio ambientale", quando il focus è posto sugli impatti ecologico-ambientali delle politiche aziendali.

Anche in Italia da alcuni anni le aziende più attente alle politiche di comunicazione e immagine redigono il Bilancio sociale. Per uniformare le diverse tecniche di redazione, nel 1998 è stato costituito un Gruppo di studio per la statuizione dei principi di redazione del bilancio sociale (GBS), a cui partecipano i maggiori esperti di Bilancio sociale del mondo accademico e degli ordini professionali ed associativi.

Anche nel settore bancario si sta diffondendo la consuetudine di redigere il Bilancio sociale ed in tale contesto sono andate configurandosi due esigenze fondamentali che riguardano, da un lato, la standardizzazione dei contenuti e dei processi di redazione, onde consentire la comparabilità delle informazioni esposte e, dall'altro lato, la certificazione, volta a garantirne la correttezza ed il rigore dell'approccio metodologico utilizzato nella redazione.

Interpretando le esigenze delle banche, l'Associazione Bancaria Italiana (ABI) ha predisposto un Modello di redazione del Bilancio sociale unico di settore.

Il Bilancio sociale svolge una funzione informativa sui contenuti sociali delle strategie e dei risultati aziendali, rappresentando gli effetti che l'attività dell'azienda produce sull'ambiente e su tutti quei soggetti che a vario titolo hanno

un interesse legittimo nei confronti dell'azienda quali dipendenti, soci, clienti, fornitori, sistema finanziario, Stato, collettività, ecc. (i c.d. *stakeholder*).

Il Bilancio sociale è, quindi, da considerarsi uno strumento di gestione e di comunicazione a fini interni ed esterni, concepito come una verifica di coerenza tra le scelte gestionali effettuate ed i valori dichiarati dall'azienda e condivisi dagli *stakeholder*.

Questa edizione del Bilancio sociale, riferita all'esercizio 2003, segue e completa la stesura delle prime due edizioni, riferite agli esercizi 2002 e 2001. Il Bilancio è redatto secondo l'impianto statuito dal modello ABI e recepisce i *feedback* provenienti dalle osservazioni degli *stakeholder* e dai suggerimenti dei lettori delle scorse edizioni. Nell'ambito del processo di redazione del Bilancio Sociale, sarà valutata l'opportunità di richiedere l'attestazione di conformità ad una Società di revisione contabile indipendente che certifichi la correttezza del processo di impostazione e di rendicontazione.

Il presente documento si articola in quattro parti:

1. Identità aziendale.

Rappresenta l'insieme delle caratteristiche distintive e organizzative dell'Azienda, delle attività che svolge e degli interessi che persegue.

2. Rendiconto.

Schema volto a fornire i dati patrimoniali ed economici riclassificati in modo da evidenziare il processo di formazione del valore aggiunto prodotto dalla Banca (differenza tra produzione e consumi) e la sua distribuzione.

3. Relazione di scambio sociale.

Rappresenta qualitativamente e quantitativamente i flussi di scambio con i diversi *stakeholder*, evidenziando la coerenza tra i valori dichiarati dall'azienda, le scelte gestionali e le aspettative legittime degli interlocutori. In particolare, i soggetti sociali con cui la Banca interagisce sono i dipendenti, gli azionisti, i clienti, i fornitori, il sistema finanziario, lo Stato e le altre istituzioni, la collettività costituita dalle persone, dall'ambiente, dai media e dalla comunità virtuale.

4. Proposta di miglioramento.

Viene manifestato il modo in cui sarà possibile migliorare la completezza, la trasparenza e l'inclusione degli *stakeholder* all'interno del Bilancio sociale.

1. IDENTITA'AZIENDALE

1.1. Storia

Banca Carige SpA (di seguito anche "Banca Carige" o "Banca" o "Carige") trae le sue origini dalla fusione, avvenuta nel 1929, tra l'antico Monte di Pietà di Genova (fondato nel 1483) e la Cassa di Risparmio di Genova (fondata nel 1846). Negli ultimi anni è diventata la Capogruppo di un conglomerato bancario, finanziario, previdenziale e assicurativo, con il fulcro in Liguria, ma con significative propaggini in tutto il territorio nazionale.

La riorganizzazione delle strutture aziendali e il processo di privatizzazione presero avvio con la legge n. 218 del 1990 (c.d. legge Amato - Carli) sulla riforma della banca pubblica, che indirizzò gli enti creditizi pubblici verso il modello della società per azioni, agevolò le operazioni di concentrazione aziendale e dettò la disciplina dei gruppi creditizi.

Da Cassa di Risparmio a Società per Azioni

La Carige fu tra le prime banche a sfruttare le opportunità offerte dalla legge Amato Carli e con atto del 30 novembre 1991 (avente decorrenza 1 dicembre 1991) realizzò l'operazione di conferimento dell'azienda bancaria da parte della Cassa di Risparmio di Genova e Imperia in una nuova società per azioni costituita il 31 ottobre 1991, la Banca Carige SpA, ridefinendo nel contempo l'oggetto sociale dell'organizzazione dell'ente conferente, la Fondazione Cassa di Risparmio di Genova e Imperia (di seguito anche "Fondazione").

Il Gruppo polifunzionale e la banca universale

Quindi, grazie ai mutamenti normativi intervenuti, costituì nel 1992 il Gruppo polifunzionale composto dalla Banca Carige (Capogruppo), dall'Istituto di Credito Fondiario della Liguria SpA e dal Mediocredito Ligure SpA, operanti nell'attività creditizia a medio-lungo termine, dalle società finanziarie Columbus Leasing SpA, Columbus Factoring SpA e Columbus Domestic SpA, operanti nel parabancario, dal Centro Fiduciario SpA, esercente attività fiduciaria e da tre società operanti nel comparto immobiliare (Galeazzo Srl, Columbus Carige Immobiliare SpA ed Immobiliare Ettore Vernazza SpA).

Il processo di razionalizzazione del Gruppo Carige (di seguito anche "Gruppo") è proseguito nel 1994 attraverso la fusione per incorporazione delle società operanti nel medio/lungo termine e nel parabancario, consentendo la trasformazione della Banca secondo il modello della c.d. banca universale (D. Lgs. n. 385 del 1° settembre 1993).

La quotazione in Borsa e il rafforzamento patrimoniale

Il 17 gennaio 1995, dopo una Offerta Pubblica di Sottoscrizione (OPS) destinata agli investitori privati, che coinvolse oltre 16.000 nuovi azionisti, prevalentemente clienti e dipendenti della Banca, la Carige, prima tra le ex - casse di risparmio - quotò alla Borsa Valori di Milano il proprio titolo. Successivamente, ottenuto il *rating* dalle principali agenzie internazionali, si procedette a dare maggiore liquidità e visibilità al titolo, con l'aumento di capitale sociale di 500 miliardi di lire (258,2 milioni di euro) riservato agli investitori istituzionali italiani ed esteri, effettuato nel periodo tra la fine del 1997 e la metà del 1999.

La crescita per via esterna

La forza patrimoniale permise alla Banca di realizzare un processo di crescita per via esterna, attraverso: la progressiva acquisizione, a partire dal 1997, del controllo delle

compagnie di assicurazione, Carige R.D. Assicurazioni e Riassicurazioni SpA (di seguito "Carige Assicurazioni", ex Levante Assicurazioni) e Carige Vita Nuova SpA (di seguito "Carige Vita Nuova"); l'acquisizione del controllo, nel 1999, della Cassa di Risparmio di Savona SpA (di seguito "Cassa di Risparmio di Savona") e della Banca del Monte di Lucca SpA (di seguito "Banca del Monte di Lucca"); l'acquisizione, tra il 2000 e il 2002, di tre reti di sportelli: 21 filiali dal Banco di Sicilia a fine 2000, 61 dal Gruppo Intesa ad ottobre 2001 e 42 dal Gruppo Capitalia a fine 2002.

La crescita per via interna

Accanto al processo di crescita per via esterna la Carige ne ha realizzato uno per via interna. Alla fine degli anni Ottanta la Banca disponeva di una rete di 137 sportelli localizzati per oltre il 95% in Liguria. Nel 1990, sfruttando le possibilità offerte dalla liberalizzazione all'apertura degli sportelli, varò un piano pluriennale per l'apertura di 90 filiali. Di queste il 75% circa veniva previsto in Liguria, al fine di rafforzare il presidio nelle aree di insediamento tradizionale. Il Piano sportelli 1995-1999, diversamente da quello del quinquennio precedente, si orientava su una più decisa apertura verso nuove aree, quali la provincia di La Spezia, le regioni del Nord Italia contigue territorialmente e culturalmente alla Liguria (Piemonte, Lombardia, Emilia, Toscana) e prevedeva un primo nucleo di aperture anche in Veneto e Sardegna. A fine 1999 la Banca quindi era presente sul territorio con 254 sportelli. Il processo di crescita territoriale ha presentato una notevole accelerazione con le citate operazioni di acquisto di sportelli da altre banche, che hanno consentito un considerevole salto dimensionale, sia come implementazione della rete nelle regioni già presidiate, sia come accesso a nuovi mercati (Lazio, Puglia, Sicilia, Marche ed Umbria).

Il nuovo rafforzamento patrimoniale e l'acquisizione della Cassa di Risparmio di Carrara

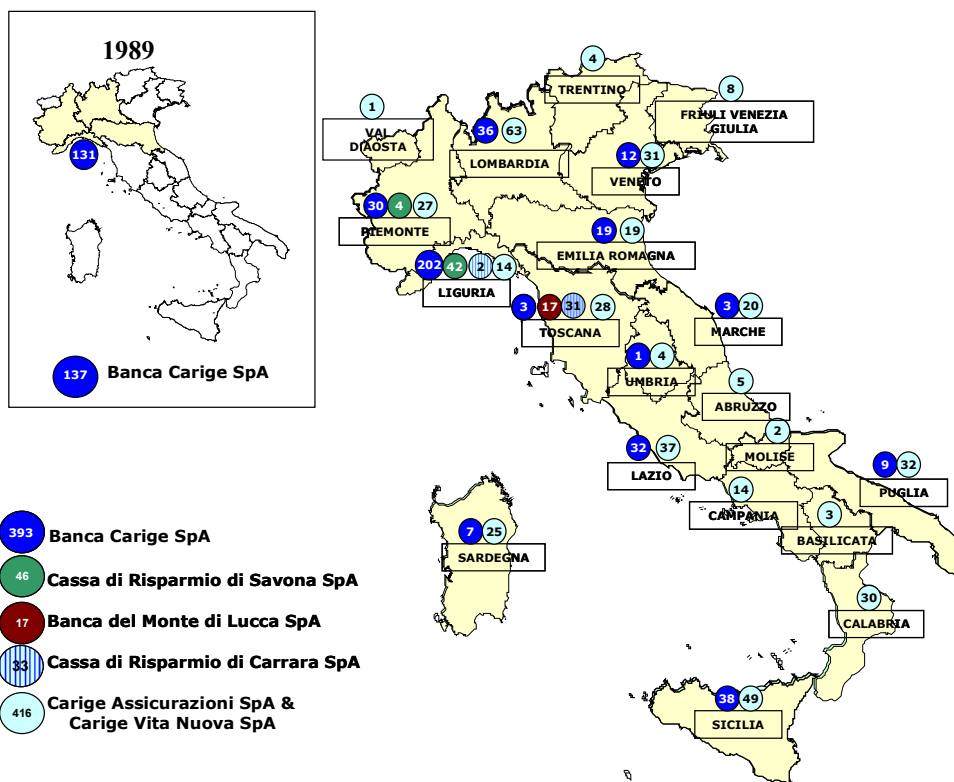
Il processo di crescita per via esterna ha ricevuto un nuovo impulso nel 2003, con la sottoscrizione nel mese di luglio del contratto di compravendita mediante il quale Banca Carige e Cassa di Risparmio di Firenze SpA hanno definito l'acquisizione dell'intero capitale sociale della holding Carinord 2 che, una volta scissa, consentirà a Banca Carige di pervenire al controllo diretto (con una quota del 90%) del capitale della Cassa di Risparmio di Carrara SpA (di seguito Cassa di Risparmio di Carrara) e alla Cassa di Risparmio di Firenze SpA di pervenire al controllo (con una quota del 68,09% del capitale) della Cassa di Risparmio della Spezia SpA. Con questa operazione, autorizzata da Banca d'Italia nel dicembre 2003 e perfezionata nel gennaio 2004, il Gruppo rafforzerà la propria operatività in un'area di interesse strategico, la regione Toscana, dove Carige è già presente con propri sportelli e con la controllata Banca del Monte di Lucca. La Cassa di Risparmio di Carrara dispone infatti di una rete di 33 sportelli: 25 nella provincia di Massa-Carrara, 6 nella provincia di Lucca e 2 in quella di La Spezia.

Anche in questo caso l'espansione della Banca si è accompagnata ad un rafforzamento patrimoniale, funzionale a sostenerne adeguatamente i progetti di sviluppo, senza impatti negativi sugli equilibri gestionali: nell'ultimo trimestre del 2003 il Consiglio di Amministrazione, su delega dell'Assemblea dei Soci del 10 settembre 2003, ha varato un aumento di capitale a pagamento, mediante l'offerta in opzione di azioni ordinarie, azioni di risparmio ed obbligazioni subordinate ibride, risultato interamente sottoscritto, per un controvalore pari ad oltre 306 milioni di euro.

Al termine del 2003, esercizio nel quale sono state effettuate due nuove aperture, la rete della Banca consta di 393 sportelli. A livello di Gruppo, invece, le filiali sono 456, ed

includendo la Cassa di Risparmio di Carrara 489. Le agenzie assicurative mandatarie delle Compagnie controllate sono 416.

Filiali e agenzie assicurative del Gruppo Carige



1.2. Contesto di riferimento

1.2.1. Scenario

Nel 2003 l'economia mondiale ha mostrato segnali di ripresa rispetto all'anno precedente. Il prodotto interno lordo (PIL) risulta in crescita di circa il 3,2% rispetto al 2,6% del 2002. Tale espansione è stata trainata, in particolare, dalla dinamica crescente della domanda interna degli Stati asiatici, mentre le economie dei sette Paesi maggiormente industrializzati, seppure in aumento sullo scorso anno, hanno mantenuto tendenziali di crescita più contenuti rispetto alla media complessiva. Permangono poco significativi i tassi di incremento registrati nei Paesi dell'America Latina. I risultati dell'anno sono stati sostenuti da politiche economiche nazionali generalmente espansive, sia in termini di gestione monetaria, che di bilanci pubblici; dall'andamento dei mercati finanziari, che ha

consentito parziali recuperi delle perdite in conto capitale subite tra il 2000 ed il 2002; dalla diminuzione delle tensioni sullo scenario politico internazionale, che ha avuto tra i principali effetti l'espansione del commercio internazionale. Nel corso dell'anno si è verificato il forte deprezzamento del dollaro nei confronti dell'euro che ha comportato una redistribuzione del potere d'acquisto a livello mondiale.

Nel 2003 l'economia degli Stati Uniti è cresciuta ad un ritmo (3%) superiore a quello del 2002 (2,2%). Tale dinamica è risultata accelerata nella seconda parte dell'anno per la netta ripresa dei consumi interni, in particolare di beni durevoli, stimolati dalla politica economica espansiva, che hanno favorito anche la ripresa degli investimenti in macchinari ed in software. Nel commercio estero, a fronte di importazioni sostanzialmente stabili, sono aumentate le esportazioni in relazione alla debolezza del dollaro ed alla ripresa della

domanda asiatica. Il tasso di inflazione è risultato in crescita del 2,3% annuo ed il tasso di disoccupazione, pari al 6%, è sostanzialmente in linea al 5,8% dello scorso anno.

Il miglioramento del contesto internazionale ha impresso nella seconda parte dell'anno un impulso positivo all'economia dell'Unione Monetaria Europea (UEM) che però in termini annui sconta l'andamento recessivo mantenutosi nel primo semestre; il PIL nel 2003 risulta così pari a circa lo 0,5% (0,8% nel 2002). In particolare, ad una domanda interna debole (+1,2% i consumi privati e +1,6% i consumi pubblici) e ad investimenti in diminuzione dell'1,6%, si associa, sul fronte del commercio estero, l'espansione delle esportazioni in relazione alla crescente domanda dall'Asia e dai Paesi dell'Europa centro orientale e il rallentamento delle importazioni. I dati ufficiali relativi all'inflazione segnalano una crescita assai contenuta (2%), inferiore a quella dello scorso anno (2,2%). Il tasso di disoccupazione registra un modesto incremento (dall'8,4% all'8,8%), in relazione ad un peggioramento delle condizioni nel mercato del lavoro dell'Unione. Il cambio euro/dollaro a fine anno era pari a 1,25 registrando una crescita nei dodici mesi del 19,2%. Tra i Paesi dell'Unione si registrano diverse tendenze nell'andamento delle varie componenti della domanda.

In Italia, ad un primo semestre caratterizzato da crescita negativa, ne è seguito un secondo in ripresa, che ha permesso al PIL di crescere nell'anno dello 0,3%, misura analoga a quella del 2002. Tale dinamica si è realizzata in relazione alla crescita dei consumi delle famiglie ed alla tenuta delle esportazioni che hanno beneficiato della crescente domanda proveniente dell'area asiatica e dagli Stati Uniti, che ha più che compensato l'erosione di competitività prodotta dall'apprezzamento del cambio dell'euro. Si è mantenuto negativo l'andamento degli investimenti, in riduzione nella componente dei macchinari (-7,1%), ma non in quella delle costruzioni (+2,1%).

Le tensioni inflazionistiche, iniziate con il *changeover* dell'euro ed alimentate dalle avverse condizioni atmosferiche sui prodotti agricoli, dopo un progressivo ridimensionamento nel corso dei primi sei mesi dell'anno, si sono riacutizzate nei mesi estivi per poi ridimensionarsi nell'ultimo trimestre. Il tasso medio annuo dei prezzi al consumo è stato del 2,5% (2,4% nel 2002), confermandosi tra i più

elevati tra i principali Paesi UE. Le maggiori tensioni si sono registrate sui prezzi dei beni alimentari e sui prezzi dell'energia.

Per quanto riguarda il mercato del lavoro, sulla base dei dati forniti dall'ultima rilevazione ISTAT dell'anno, nei dodici mesi l'occupazione è aumentata dello 0,9%, a fronte dell'1,2% del 2002; particolarmente dinamica è risultata quella da lavoro dipendente, cresciuta dell'1,2% specialmente nel settore dei servizi destinabili alla vendita (1,5%). Il tasso di disoccupazione si è ridotto nell'anno dall'8,9% all'8,5%, mantenendo però, pur con alcuni segnali positivi, il divario tra le regioni settentrionali e quelle meridionali.

In tema di finanza pubblica il fabbisogno annuo risulta in linea con le stime formulate dal governo negli ultimi documenti ufficiali: il saldo a fine anno è indicato a circa 45 miliardi. A fronte di una crescita ancora bassa delle entrate correnti, gli incassi in conto capitale (in particolare le misure correttive disposte con la manovra finanziaria e le operazioni sugli immobili pubblici) hanno sostenuto il livello delle entrate totali. Secondo le prime stime, il fabbisogno del settore statale netto si mantiene intorno al 3%, mentre il rapporto tra debito pubblico e PIL si è leggermente ridotto da 106,7% del 2002 a 106,6% del 2003.

Nel corso del 2003 le politiche economiche di Stati Uniti e UEM si sono mantenute sostanzialmente espansive e le attese di inasprimento delle condizioni monetarie non hanno trovato risponienza nei fatti. La *Federal Reserve* nel 2003 ha realizzato una sola manovra sul tasso Fed Funds, abbassandolo di 25 *basis points*, all'1%. Analogamente la Banca Centrale Europea (BCE) ha realizzato in corso d'anno due manovre di riduzione dei tassi che hanno portato il tasso applicato alle operazioni di rifinanziamento principale dal 2,75% di fine 2002 al 2% di fine 2003.

Sul mercato dei cambi, l'euro si è apprezzato fortemente sul dollaro, aumentando nei dodici mesi del 19,2%. A fine anno il cambio dollaro/euro era pari a 1,25.

Sul mercato monetario, i tassi interbancari sono risultati in diminuzione nel corso dei primi sei mesi dell'anno (intorno ai 70 centesimi), stabilizzandosi poi nel periodo successivo. Analogo è stato l'andamento dei titoli di Stato italiani che però nella seconda parte dell'anno hanno registrato un leggero recupero: i rendimenti dei Bot sono scesi nel 2003 di circa

50 centesimi, quelli sui Btp intorno ai 15 centesimi.

La raccolta bancaria in Italia si dimensiona a fine anno a circa 905 miliardi di euro, in crescita di oltre il 6% nei dodici mesi: le obbligazioni sono aumentate di circa il 5,8% ed i depositi da clientela del 6,5%. Nel 2003 il mercato del risparmio gestito è stato interessato da una crescita significativa intorno all'11%, dopo le difficoltà attraversate nell'anno precedente. La sua espansione trova rispondeva in tutte le componenti quali fondi comuni (9%), gestioni patrimoniali (8%) e fondi assicurativi (18%).

L'espansione dei crediti concessi dal sistema bancario è proseguita anche nel 2003, in particolare a favore di famiglie ed imprese non finanziarie e nel comparto a medio lungo termine. Nel complesso l'incremento annuo è atteso intorno al 6,3%, per un volume complessivo di impieghi pari a circa 1.011 miliardi. Le sofferenze sono aumentate ad un ritmo analogo a quello degli impieghi.

Dopo l'adeguamento conseguente alla diminuzione dei tassi ufficiali i tassi bancari si sono stabilizzati. Il tasso medio annuo della raccolta è dell'1%, in discesa rispetto all'1,4% del 2002. Quello degli impieghi è diminuito dal 5,8% al 5%. Lo *spread* medio del 4% è inferiore al 4,4% del 2002.

1.2.2. Mercato

Nel 2003 il quadro economico della Liguria, tradizionale bacino di riferimento della Banca, ha risentito della difficile situazione nazionale ed internazionale. I risultati dell'anno hanno evidenziato il peggioramento, specialmente nei primi sei mesi, di alcune criticità già manifestatesi nel corso dell'anno precedente. Nel secondo semestre si è realizzata una leggera inversione di tendenza, che si è espressa nella ripresa degli investimenti, crollati nel 2002, e nella crescita delle esportazioni.

La crescita del PIL intorno allo 0,3% (nulla nel 2002) è stata prodotta dalla ripresa dei consumi interni, esclusivamente nel comparto alimentare, e da una più consistente della componente estera. La dinamica degli investimenti è stata negativa nel comparto dei macchinari ed impianti, positiva in quello delle costruzioni e fabbricati. Si confermano in crescita l'attività portuale ed in difficoltà il comparto turistico.

Ancora in miglioramento sono risultati i dati occupazionali.

L'attività imprenditoriale ha mantenuto tendenziali positivi analogamente all'anno precedente, sebbene a ritmi inferiori alla media nazionale; le imprese attive, pari alla fine di dicembre a 136.463 unità, sono aumentate da inizio anno dello 0,5% (+0,9% a livello nazionale).

Dal lato produttivo il rallentamento della crescita nel comparto industriale è stato attenuato dalla tenuta del fatturato nazionale a fronte della contrazione di quello estero, mentre la crisi dei consumi è stata meno accentuata solo nel comparto alimentare.

Il sistema portuale ligure ha segnato risultati positivi: complessivamente il traffico merci è aumentato del 4,4% e quello dei contenitori del 4,2%. In tutti gli scali della regione sono aumentate le merci movimentate: alla Spezia dell'8,7%, a Genova del 3,5% ed a Savona del 2%. Relativamente al traffico dei contenitori Genova e La Spezia hanno raggiunto livelli record, rispettivamente con 1,6 milioni ed un milione di *teu* (*twenty extension units*) movimentati. Anche il movimento dei passeggeri ha segnato un'ulteriore espansione, sia a Genova, che a Savona, dove a fine anno è stato inaugurato il nuovo *terminal* crociere.

Sulla base dei dati forniti dall'ISTAT relativi ai primi nove mesi del 2003, l'attività di import/export segna una notevole accelerazione delle importazioni (+13,9% nei dodici mesi), a fronte del moderato incremento verificatosi nel Nord-Ovest (+1,2%) ed in controtendenza rispetto alla lieve flessione a livello nazionale (-0,9%). Dal lato delle esportazioni, la diminuzione in Liguria (-1%) è più moderata rispetto alla variazione negativa dell'Italia nord-occidentale (-2,9%) e della media nazionale (-4,6%).

I risultati del settore turistico presentano aspetti di criticità: alla tenuta degli arrivi si associa il calo delle presenze in modo più marcato nelle province del Ponente.

Sul fronte occupazionale, in base all'ultima rilevazione dell'ISTAT di ottobre 2003, il numero di occupati in Liguria è pari a 621 mila unità, rispetto alle 612 mila dell'anno precedente; contestualmente si è verificata anche una diminuzione rilevante del numero di disoccupati (da 43 mila a 36 mila) per cui il tasso di disoccupazione regionale è sceso dal 6,5% al 5,5%.

Il tasso di inflazione mediamente è risultato pari al 2,4% annuo, leggermente inferiore alla media nazionale..

Dall'analisi del posizionamento di mercato di Banca Carige, ricavata dall'elaborazione della matrice dei Conti di Banca d'Italia a dicembre 2003, risulta quanto segue.

La quota di mercato della raccolta si attesta al 23,6% in Liguria, allo 0,4% nelle aree diverse dalla Liguria e allo 0,9% a livello nazionale. La quota di mercato degli impieghi si attesta al 20,8% in Liguria, allo 0,5% nelle aree diverse dalla Liguria e allo 0,8% a livello nazionale.

A livello di province liguri, se alla quota di Banca Carige si somma la quota della Cassa di Risparmio di Savona, è la provincia savonese quella di maggior radicamento: la quota di mercato della raccolta è pari al 40%, quella degli impieghi al 34,7%. Nella provincia di Genova le quote di mercato sono rispettivamente pari al 29,7% e al 24,2%.

1.3. Valori

Il Codice Etico approvato dal Consiglio di Amministrazione nel settembre 2003 – e consultabile sul sito *internet* della Banca – esplicita i valori di riferimento a cui si ispira l'attività della Banca e fornisce i criteri normativi volti ad orientare consapevolmente i comportamenti degli amministratori, dei dirigenti, del personale e dei collaboratori della Banca.

Tali soggetti ispirano quotidianamente i propri comportamenti professionali ai valori di riferimento per il perseguimento della *missione* aziendale.

Al centro dei valori della Banca è posta la persona, il rispetto della sua integrità fisica e intellettuale e dei suoi valori di interrelazione con gli altri.

Da ciò discende il principio dell'attenzione ai bisogni e alle aspettative legittime della generalità degli interlocutori, interni ed esterni ed in particolare la Banca ha sempre espresso la capacità di cogliere e soddisfare le esigenze della collettività e del territorio, nel quale è fortemente radicata.

I valori di riferimento espressi dal Codice Etico sono i seguenti:

- la promozione e la valorizzazione delle risorse umane attraverso percorsi di

accrescimento professionale e di partecipazione agli obiettivi dell'impresa, ponendo attenzione ai bisogni e alle legittime aspettative degli interlocutori interni ed esterni al fine di migliorare il clima di appartenenza e il grado di soddisfazione;

- il perseguimento, con correttezza e trasparenza, di obiettivi di efficienza, efficacia e economicità dei sistemi di gestione per accrescere i livelli di redditività e competitività dell'impresa e per conseguire, attraverso un costante aggiornamento, gli *standard* correnti di innovazione;
- il perseguimento degli obiettivi aziendali riconoscendo centralità ai bisogni dei clienti esterni ed interni, nonché alle aspettative degli azionisti;
- l'adoperarsi affinché tutte le azioni, le operazioni, le transazioni ed in generale i comportamenti tenuti dagli organi sociali, dal personale e dai collaboratori in merito alle attività svolte nell'esercizio delle funzioni di propria competenza e responsabilità, siano improntati alla massima onestà, imparzialità, riservatezza, trasparenza.

1.4. Missione

Partendo dalla convinzione che la crescita economica è strettamente collegata con lo sviluppo della responsabilità sociale dell'impresa, la Banca svolge un ruolo attivo e propulsivo per lo sviluppo economico e per la crescita sociale del territorio in cui opera. La Banca intende perseguire tale scopo rafforzando e valorizzando l'autonomia societaria e gestionale in modo da raggiungere apprezzabili livelli di efficienza, soddisfare le esigenze della clientela e realizzare risultati economici in linea con le aspettative dei soci.

In coerenza con quanto sopra, la *missione* del Gruppo evidenzia la volontà di essere un conglomerato bancario, finanziario, previdenziale e assicurativo con le seguenti caratteristiche:

- nazionale, con il fulcro in Liguria, ma con significative propaggini in tutta Italia dove si caratterizza per la particolare attenzione alla valorizzazione del rapporto con le realtà locali (multilocalismo);

- di retail, focalizzato sui segmenti delle famiglie, delle piccole e medie imprese, degli artigiani, dei commercianti e degli enti pubblici locali;
- universale, in termini di gamma dei prodotti e servizi offerti, sia dal lato dell'attivo, sia dal lato del passivo;
- multicanale, potendo contare su un sistema distributivo costituito da vari canali (fisici, remoti, mobili) tra loro integrati;
- polo aggregante per altre realtà bancarie di piccola e media dimensione, con particolari caratteristiche localizzative, strutturali e gestionali.

1.5. Assetto istituzionale e organizzativo

1.5.1. Corporate governance

Il capitale sociale della Banca al 31/12/2003 è pari a 1.113.326.839 euro ed è costituito da n. 959.897.518 azioni ordinarie del valore nominale di 1 euro e da n. 153.429.321 azioni di risparmio convertibili del valore nominale di 1 euro detenute da circa 33.000 soci.

Relativamente alla struttura proprietaria si evidenzia che il Consiglio di Amministrazione della Fondazione, ente conferente, tenendo conto delle indicazioni fornite dal Consiglio di indirizzo in merito alla cessione di quote azionarie della partecipazione detenuta nella Banca – tra cui in particolare la salvaguardia del radicamento territoriale della Banca, la difesa dei livelli occupazionali, la difesa dell'autonomia patrimoniale e gestionale della Banca e l'inserimento in un contesto azionario e patrimoniale che non contrasti con il futuro sviluppo della Carige – ha deliberato di dare attuazione alla Legge 461/98 ed al D.Lgs. 153/99 mediante la cessione sul mercato e ad investitori istituzionali di quote di azioni della Banca e la trasformazione di un'ulteriore quota di azioni ordinarie in azioni di risparmio, così da portare la partecipazione con diritto di voto in Assemblea al di sotto del 50%, nonché l'autolimitazione del numero di Consiglieri della Banca designati dalla Fondazione ad un numero massimo di 8 su 18 membri.

Conseguentemente a tali operazioni la partecipazione detenuta dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Genova e Imperia è

scesa dal 58,7% di fine 2001 all'attuale 43,4% del capitale ordinario e la composizione del nuovo Consiglio di Amministrazione, eletto dall'Assemblea dei Soci del 31 marzo 2003, riflette tale importante modifica dell'assetto proprietario: i Consiglieri espressi dalla Fondazione sono scesi da 13 ad 8.

La compagine azionaria riferita al capitale ordinario della Banca successivamente all'operazione di aumento di capitale realizzata nell'ultimo trimestre del 2003 è la seguente: la Fondazione detiene il 43,4% del capitale, il Gruppo francese CDC detiene l'11%, la tedesca WestLB il 7,8%, il Gruppo di Assicurazioni La Basilese il 5,6%, la spagnola El Monte il 2,3%, la Gefip Holding il 2,2% e la Cattolica Assicurazioni il 2%.

La Banca è gestita da un Consiglio di Amministrazione, nominato dall'Assemblea ordinaria degli Azionisti, che provvede anche alla nomina del Collegio Sindacale. In base allo Statuto spettano al Presidente del Consiglio di Amministrazione la rappresentanza legale della Società di fronte ai terzi ed in giudizio, nonché la firma sociale; spetta al Presidente inoltre presiedere l'Assemblea, convocare e presiedere il Consiglio di Amministrazione ed il Comitato Esecutivo. Quest'ultimo è nominato dal Consiglio di Amministrazione che ne determina il numero di membri, la durata in carica e le attribuzioni; attualmente è composto, oltre che dal Presidente e dal Vice Presidente, membri di diritto, da cinque membri elettivi, competente tra l'altro in materia di crediti ed affidamenti, di spese ed introiti, di gestione delle risorse umane, di finanza e di partecipazioni. Il Consiglio di Amministrazione ha nominato anche un Direttore Generale, che esercita le proprie attribuzioni, in materia di crediti, finanza, spesa e introiti, gestione corrente, nell'ambito di quanto stabilito dallo Statuto e dal Consiglio di Amministrazione.

Il Consiglio di Amministrazione della Banca ha deliberato, nel febbraio 2001, l'adesione al Codice di Autodisciplina delle Società Quotate (c.d. Codice Preda).

Il sistema di *corporate governance* della Società risulta adeguato a quanto previsto da tale Codice, tenendo conto dell'attuale struttura societaria della Banca e, specificatamente, della preesistenza di settori e procedure aziendali che già rispondevano ai principi espressi dal Codice.

In ordine al ruolo del Consiglio ed alla sua composizione, la Banca Carige soddisfa infatti i requisiti richiesti dal codice in tema di frequenza delle sedute, di competenze ad esso attribuite, di indipendenza degli amministratori, di informativa da parte degli organi delegati, di partecipazione dei Consiglieri alle Assemblee e di quant'altro previsto dal Codice di Autodisciplina.

In particolare, tutti i Consiglieri sono in grado di dedicare il tempo necessario allo svolgimento diligente del loro incarico, anche tenuto conto delle cariche da questi ricoperte in altre società quotate nei mercati regolamentati anche esteri, in società finanziarie, bancarie, assicurative o di rilevanti dimensioni.

Sono riservate alla competenza esclusiva del Consiglio di Amministrazione, oltre a quanto disposto per legge ovvero dallo Statuto, i compiti di indirizzo strategico e, per quanto riguarda il Gruppo, organizzativo, nonché le operazioni più significative.

L'Assemblea degli Azionisti della Banca ha adottato un Regolamento, come richiesto dal Codice, che consente l'ordinato e funzionale svolgimento dei lavori assembleari.

Per quanto riguarda la trasparenza ed il rapporto con gli investitori istituzionali e gli altri soci, da lungo tempo questi aspetti sono gestiti da apposite strutture aziendali.

Con riferimento alla trasparenza della procedura per la nomina degli Organi sociali, si evidenzia che lo Statuto della Carige prevede il meccanismo del voto di lista, sia per l'elezione del Collegio Sindacale, in adempimento alle prescrizioni a tutela delle minoranze previste nel D. Lgs. 58/98, sia per l'elezione del Consiglio di Amministrazione, in maniera tale da dare un'adeguata rappresentanza a tutte le componenti della compagine sociale. In entrambi i casi è previsto il deposito, almeno dieci giorni prima dell'Assemblea, delle liste con le proposte di nomina, accompagnate da un'esauriente informativa riguardante le caratteristiche personali e professionali dei candidati.

Il Consiglio di Amministrazione ha inoltre provveduto all'istituzione del Comitato per la remunerazione e del Comitato per il controllo interno, così come previsti dal Codice.

In ottemperanza a quanto previsto dal Regolamento dei mercati organizzati e gestiti dalla Borsa Italiana S.p.A. e dalle relative Istruzioni, il Consiglio di Amministrazione ha

approvato – in data 19/11/2002 – il Codice di comportamento inerente le operazioni di *internal dealing* e le informazioni riservate. Il Codice è finalizzato a fornire trasparenza all'operatività, superiore agli importi stabiliti dal Codice medesimo, compiuta dalle c.d. persone rilevanti (ossia i Consiglieri, i Sindaci effettivi, l'Alta Direzione e i Dirigenti preposti ad alcuni settori che comportano un potere decisionale rilevante od una conoscenza significativa delle strategie aziendali della Banca) su strumenti quotati emessi dalla Banca od eventualmente dalle controllate, nonché sugli altri strumenti finanziari elencati nell'art.2 del Codice medesimo, offrendo così un valore segnaletico al mercato in merito alla percezione delle persone rilevanti sulle prospettive della Società. Il suddetto Codice, inoltre, definisce formalmente le regole da tempo seguite dalla Banca in tema di trattamento delle informazioni riservate, fornendo così concreta attuazione a quanto previsto dal Codice di Autodisciplina delle società quotate.

1.5.2. Partecipazioni e alleanze

La Banca Carige è la capogruppo di un conglomerato bancario, finanziario, previdenziale ed assicurativo, cui fanno capo le seguenti società:

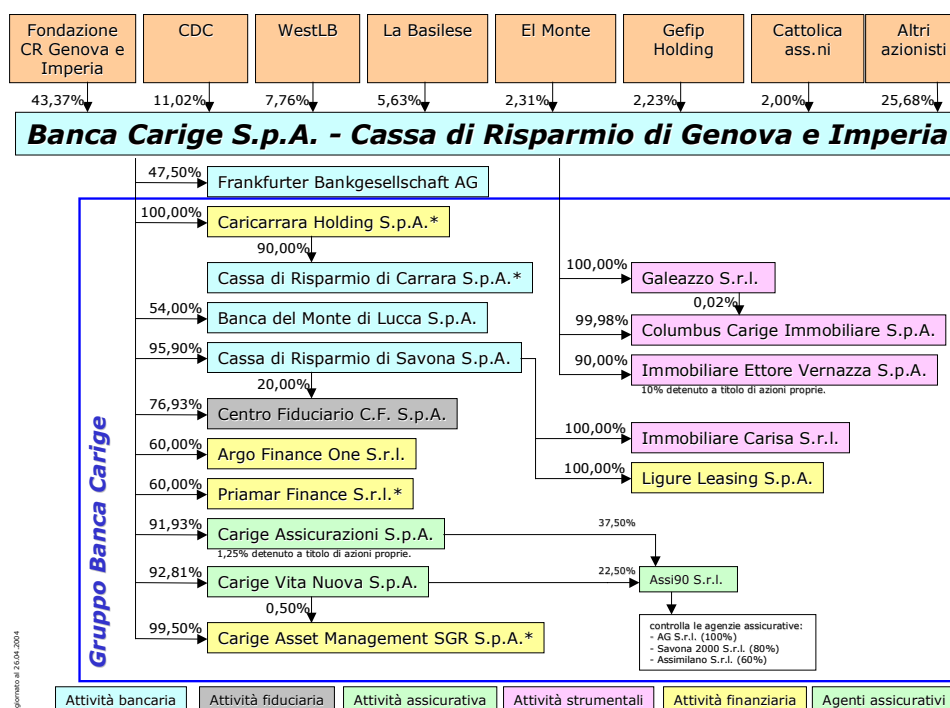
- Cassa di Risparmio di Savona e Banca del Monte di Lucca, che esercitano attività bancaria; l'attività bancaria è svolta anche da Cassa di Risparmio di Carrara, detenuta indirettamente tramite la *holding* Caricarrara, che verrà fusa per incorporazione nel prosieguo del 2004 per giungere al controllo diretto della banca nella misura del 90% del capitale;
- Carige Assicurazioni e Carige Vita Nuova, che esercitano attività assicurativa, rispettivamente nel ramo danni e nel ramo vita;
- Carige Asset Management SGR SpA (di seguito anche "Carige AM SGR"), la società di gestione del risparmio costituita nel luglio 2003 ed autorizzata ad operare nel gennaio 2004;
- Argo Finance One Srl, la società veicolo dell'operazione di cartolarizzazione di crediti in sofferenza effettuata dalla Banca alla fine del 2000; Priamar Finance Srl, la società veicolo dell'operazione di cartolarizzazione di crediti in sofferenza

effettuata dalla Cassa di Risparmio di Savona alla fine del 2002;

- Centro Fiduciario SpA, esercente attività fiduciaria;
- Galeazzo Srl, Columbus Carige Immobiliare SpA ed Immobiliare Ettore Vernazza SpA, che svolgono attività strumentali nel settore immobiliare;
- Ligure Leasing SpA ed Immobiliare Carisa Srl, che esercitano rispettivamente attività finanziaria ed attività strumentali nel settore immobiliare. Tali società sono partecipate indirettamente tramite la Cassa di Risparmio di Savona che le possiede integralmente;
- l'agenzia assicurativa Assi 90 Srl, partecipata indirettamente tramite la Carige Assicurazioni e la Carige Vita Nuova. Assi 90 Srl controlla a sua volta le agenzie assicurative AG Srl, Savona 2000 Srl e Assimilano Srl;

Le operazioni sul capitale sociale effettuate negli ultimi anni, hanno consentito alla Banca di avere un nucleo di soci nazionali ed internazionali stabili di elevato *standing*, che hanno conferito una dimensione europea alla strategia della Banca e con i quali sono iniziati rapporti di collaborazione operativa. In particolare, gli accordi intervenuti hanno individuato come aree di possibile collaborazione:

- *bancassurance*;
- credito mobiliare, in particolare alle piccole e medie imprese;
- finanza d'impresa;
- credito immobiliare;
- *asset management* e mercato dei capitali;
- sistema dei pagamenti;
- *asset securitization*.



(*) Società per le quali si è in attesa di autorizzazione all'inserimento nel perimetro del Gruppo Bancario Carige.

1.5.3. Assetto organizzativo e rete territoriale

La struttura aziendale è organizzata con lo scopo di:

- ottimizzare la spinta commerciale delle strutture centrali e periferiche, sia in fase di promozione e collocamento dei prodotti e dei servizi, sia in fase di assistenza alla clientela;
- garantire l'efficienza operativa delle strutture, in ottica di ottimizzazione dei costi.

Essa si articola in:

- struttura centrale, costituita dalla Direzione Generale, dalle Vice Direzioni Generali Mercato, Amministrazione e Risorse e da Funzioni di Staff. Il principio informatore è quello di snellire la struttura sia a livello verticale che orizzontale, liberando risorse da destinare al mercato;

- struttura periferica, composta da Aree e Poli territoriali e Filiali. L'articolazione organizzativa della rete tradizionale poggia sulla razionalizzazione della crescita territoriale, organizzata secondo segmenti di clientela (*private, affluent, mass market, medium e large corporate, small business*);
- canali distributivi alternativi, suddivisi in canali remoti (*internet banking, call center*) e canali mobili (agenti assicurativi e agenti immobiliari).

1.6. Disegno strategico

Carige, per realizzare la propria *missione*, attua strategie che mirano al perseguimento di soluzioni e di comportamenti economicamente efficienti, che nel contempo risultino responsabili socialmente verso la comunità ed il territorio di riferimento.

Il Piano strategico 2002-2004 si sviluppa con riferimento a sette diversi profili: mercato, *merger & acquisition*, *capital management*, finanza, organizzazione e risorse umane, *information & communication technology (I&CT)*, rapporti internazionali.

Tali profili vengono portati alla realizzazione attraverso la definizione di specifici progetti attuativi.

Profilo mercato: a livello di Gruppo viene perseguita la creazione di un sistema distributivo multicanale integrato, che poggia, oltre che sull'espansione fisica dei punti vendita, anche sullo sviluppo della tecnologia ed in particolare di *internet*, per consentire alla clientela di interagire con la Banca in qualunque momento, attraverso il canale preferito ed ovunque si trovi. Obiettivo del Gruppo è quello di mantenere una elevata e diversificata copertura delle aree di *business*, attraverso l'offerta di una ampia gamma di prodotti di tipo bancario, finanziario, previdenziale ed assicurativo.

I progetti di bancassicurazione (commercializzazione dei prodotti assicurativi tramite gli sportelli del Gruppo) e di assicurbanca (vendita da parte degli agenti assicurativi di prodotti finanziari e bancari) costituiscono il cardine delle politiche di vendita incrociata dei prodotti bancari e assicurativi. Particolare attenzione viene inoltre posta allo sviluppo del Fondo Pensione Aperto Carige;

profilo merger & acquisition: il Gruppo, al fine di potersi misurare alla pari con altri *player* nazionali ed internazionali e di cogliere tutte le opportunità possibili, intende espandersi ulteriormente, sia come polo aggregante nei confronti di altre realtà bancarie di piccole e medie dimensioni, sia come acquirente di rami di azienda di banche e/o gruppi bancari che intendessero dismettere parte della propria rete

in relazione ai processi di ristrutturazione in corso.

profilo capital management: la Banca si pone l'obiettivo di mantenere su livelli adeguati i *ratios* di vigilanza, sia rafforzando il capitale di base, sia introducendo, nei limiti consentiti, forme secondarie di patrimonializzazione (prestiti ai vari livelli di subordinazione). In termini quantitativi si punta ad allineare i coefficienti patrimoniali a quelli prevalenti nelle banche meglio capitalizzate e che per questo godono di migliori valutazioni da parte delle società di *rating*;

profilo finanza: l'attività della finanza, considerata una vera e propria area di *business*, oltre a fornire il tradizionale supporto finanziario e di liquidità alla rete ed a sviluppare l'attività di *trading* della Sala Mercati, si concentra sempre più sul risparmio gestito. La recente costituzione della Carige AM SGR rientra nella strategia di sviluppare autonomamente i prodotti di risparmio gestito;

profilo organizzazione e risorse umane: il Gruppo Carige è divenuto progressivamente multiculturalmente attraverso l'inserimento continuo di persone provenienti da altre regioni e da altre realtà bancarie; la diversità culturale rappresenta per Carige un fattore critico di successo su cui investire. Sotto il profilo dell'organizzazione, il Gruppo Carige prosegue nel processo di cambiamento per mantenere costantemente adeguato il proprio modello organizzativo alle esigenze di un mercato in costante evoluzione. In particolare si ritiene cruciale presidiare il cambiamento organizzativo attraverso il continuo miglioramento dell'efficienza delle strutture di governo e supporto a beneficio dell'efficacia della rete distributiva;

profilo information & communication technology: la crescita dell'I&CT, in ottica *internet based*, è considerata determinante per il miglioramento dell'efficienza del Gruppo, nel senso di massimizzazione dell'efficienza e semplificazione d'uso del supporto informatico, razionalizzazione dei processi produttivi ed informativi, indirizzo della costruzione dell'architettura di tutto il sistema informatico interno e periferico;

profilo rapporti internazionali: in presenza di un processo ormai avviato ed irreversibile verso la costituzione di un unico mercato economico e finanziario europeo, gli accordi di collaborazione internazionali, in particolare quelli sviluppati con i soci stabili dell'azienda, sono destinati a dare vita ad una strategia comune che operi nel senso di salvaguardare le comuni matrici istituzionali, di radicamento territoriale e di presenza capillare, nell'ottica di presidiare congiuntamente il mercato e porre le basi per eventuali accordi di integrazione societaria;

1.7. Piano programmatico

In attuazione del Piano Strategico 2002-2004 sono state individuate alcune linee guida con l'obiettivo di orientare l'attività in modo mirato, responsabilizzare le risorse interne e garantire un adeguato livello di controllo sia dei risultati, sia del rispetto dei valori e della *missione*. Tali linee guida possono così sintetizzarsi:

- per lo sviluppo del territorio e l'integrazione nel tessuto sociale locale, la Banca intende mantenere la propria posizione di mercato nelle aree tradizionali e consolidare la propria presenza nelle aree di più recente insediamento, mediante la completa integrazione delle filiali recentemente acquisite da altri gruppi bancari e il loro progressivo allineamento ai livelli di produttività della rete storica;
- per la soddisfazione degli azionisti, si rende necessario realizzare ulteriori sinergie con le Banche e le Assicurazioni controllate; in particolare la collaborazione con queste ultime si estrinsecherà attraverso il "Progetto Assurbanca", che mira alla realizzazione di sinergie di tipo commerciale con la rete agenziale;
- la soddisfazione della clientela sarà perseguita mediante la completa segmentazione e l'estensione dei moduli *private* e *corporate* alla generalità della clientela;
- lo sviluppo dei canali distributivi alternativi mediante la diffusione dell'*e-banking* tra la clientela e la compiuta adozione del modello di banca multicanale consentirà al cliente di utilizzare al meglio i servizi della Banca e contemporaneamente favorirà una

più elevata qualificazione del personale, che verrà sgravato dei compiti a minor valore aggiunto;

- la gratificazione del personale avverrà valorizzando in misura adeguata le differenti professionalità e competenze presenti nel Gruppo.

1.8. Scelte qualificanti

Per la realizzazione delle linee guida strategiche, nel 2003 Carige ha sviluppato specifici progetti che hanno attraversato trasversalmente i diversi profili di crescita.

Profilo mercato: i 42 sportelli ex Capitalia acquisiti con decorrenza 31 dicembre 2002 risultano pienamente integrati nella rete tradizionale, che nel 2003 ha registrato anche un'espansione per via interna mediante l'apertura di due sportelli (a Monza e a Genova) e consta quindi attualmente di 393 filiali distribuite in 12 regioni italiane. L'orientamento ai segmenti di clientela ha determinato l'avvio di altri quattordici distretti di consulenza alla clientela privata ad alto profilo finanziario (Veneto 1, Torino, Vercelli, Alessandria, Cuneo, Perugia, Latina, Sora, Ascoli Piceno ed Ancona, Sicilia 2, Parma, Modena, Piacenza), che hanno portato a 36 il numero dei distretti nei quali operano 93 consulenti. Il servizio di consulenza finanziaria alle imprese, presente in Liguria, Toscana e Lombardia, nel corso del 2003 è stato avviato anche in Piemonte, Emilia Veneto e Marche e consta di 75 consulenti attivi in 36 distretti.

Una delle linee portanti dello sviluppo del Gruppo è costituita dall'integrazione fra la rete bancaria e la rete assicurativa; al fine di proseguire con maggiore incisività nel processo, è stato varato un nuovo progetto denominato "Insieme di più", volto a regolamentare i rapporti tra agenti assicurativi e sportelli bancari e contestualmente, sono stati delineati alcuni prodotti dedicati, da offrire alla clientela presentata dalla rete assicurativa. Il costante e sistematico interscambio di informazioni e contatti fra le due reti è alla base di questo modello, che si propone di sviluppare sia il collocamento di prodotti bancari e strumenti finanziari presso la clientela della rete assicurativa (c.d. *assurbanca*), sia l'attività di consulenza assicurativa specialistica in favore

della clientela della rete bancaria (c.d. *bancassicurazione*).

Profilo merger & acquisition: la descritta operazione di acquisizione della Cassa di Risparmio di Carrara, oltre a rafforzare la presenza del Gruppo Carige sul mercato nazionale, rientra nell'ambito del profilo e delle connesse strategie di *merger & acquisition*, rispondendo ai requisiti *target* di investimento che il Gruppo Carige ha fissato nelle Linee strategiche per il triennio 2001-2004: si tratta infatti di una banca *retail*, medio-piccola, collocata prevalentemente nel centro-nord dell'Italia, con forte radicamento sul territorio di riferimento, con *outsourcing* dei sistemi di Information & Communication Technology e con le potenzialità per l'ulteriore ampliamento ed arricchimento della gamma dei prodotti offerti.

Profilo capital management: per assecondare e sostenere il processo di espansione a livello di Gruppo, il Consiglio di Amministrazione della Banca, in parziale attuazione delle deleghe conferitegli dall'Assemblea straordinaria degli azionisti del 10 settembre 2003, ha deliberato un aumento di capitale a pagamento mediante l'offerta in opzione di azioni ordinarie, azioni di risparmio ed obbligazioni subordinate ibride convertibili. L'offerta, svoltasi nell'ultimo trimestre dell'anno, è risultata interamente sottoscritta, determinando un apporto di nuovi mezzi di oltre 306 milioni di euro.

Profilo finanza: attesa la necessità di semplificare la catena distributiva dei prodotti del risparmio gestito Banca Carige ha costituito, nel luglio 2003, la propria società di gestione del risparmio, Carige AM SGR. Ciò consentirà di integrare la struttura del Gruppo con un polo di competenze nella gestione del risparmio, realizzando in autonomia i prodotti e i servizi di risparmio per recuperare redditività e contenere i costi per la clientela.

La società, avente un capitale sociale di 5.200.000 euro, detenuto per il 99,5% da Banca Carige e per lo 0,5% da Carige Vita Nuova, ha ottenuto l'autorizzazione ad operare dalla Banca d'Italia nel gennaio 2004.

Oltre ad istituire propri fondi comuni aperti, la SGR provvederà alla loro gestione, amministrazione e distribuzione. Gestirà inoltre GPM, GPF e fondi pensione, oltre ad una quota di portafoglio di proprietà del Gruppo Carige.

In prospettiva un'ulteriore area di attività sarà rappresentata dalla creazione di "fondi di fondi" e dallo sviluppo delle GPM per clientela istituzionale, con particolare riferimento alle Fondazioni bancarie. La Banca depositaria dei fondi sarà Banca Carige.

Profilo organizzazione e risorse umane: al fine della massimizzazione dell'efficacia commerciale, è proseguito il processo di snellimento della struttura centrale, in favore della rete. In questo contesto la politica di formazione del personale, soprattutto negli ultimi tempi, è divenuta cruciale alla luce del rapido processo di espansione in ambito nazionale e della necessaria azione di diffusione di una cultura comune, contestuale alla valorizzazione delle diverse peculiarità ed esperienze presenti in Carige.

Nell'ambito di questo profilo, importante è stata l'adozione da parte di Carige, nell'esercizio, del Codice Etico, espressione dei valori e dei principi di comportamento che la Banca riconosce, accetta e condivide, in armonia con gli *standards* più evoluti di *corporate governance*.

Lo sviluppo conseguito dal Gruppo Carige negli ultimi anni è stato accompagnato dalla revisione dell'assetto strutturale ed organizzativo della Banca, avvenuta con decorrenza 1° maggio 2003. Il vertice della struttura direttiva risulta ora costituito dalla figura del Direttore Generale (posizione ricoperta da Alfredo Sanguinetto), in sostituzione dell'Amministratore Delegato; in luogo delle precedenti due Vice Direzioni Generali (Amministrazione e Mercato), sono state individuate tre Vice Direzioni Generali (Amministrazione, Risorse e Mercato), alle quali sono preposti, rispettivamente, Giovanni Poggio, Carlo Arzani e Achille Tori.

Inoltre, in coerenza con la prosecuzione del processo di crescita per via esterna, si è reso necessario l'affinamento della struttura territoriale di governo della rete commerciale mediante la creazione di due nuove unità organizzativo-gestionali denominate Polo Territoriale ed il riassetto di due Aree Territoriali esistenti.

Profilo information & communication technology (I&CT): l'impegno della Banca è stato rivolto a consolidare il sistema informativo lungo tre principali direttrici di sviluppo: manutenzione (correttiva e implementativa) dei sistemi esistenti; revisione e innovazione settoriale di processo e

dei relativi sistemi informatici; revisione globale del sistema informativo sulla base di nuovi modelli funzionali.

Profilo rapporti internazionali: in collaborazione, tra gli altri, con i soci CDC e Gefip Holding e tenuto conto della centralità del tema delle infrastrutture nell'ambito dei programmi di investimento nazionali e locali, già nel 2002 è stata costituita la società ILL – Infrastrutture Lavori Italia SpA, la cui attività dovrebbe consentire, al Gruppo Carige di sviluppare le strategie di ricerca di nuovi spazi di *business* e quindi ampliare le opportunità di creazione di redditività aziendale, con riferimento all'attività di *project financing*. In questo contesto, il

Consiglio di Amministrazione, nella riunione del 30 giugno 2003, ha deliberato l'assunzione del ruolo di co-promotore, unitamente ad altri *partners* fra cui Gefip Holding SA e ILL SpA, nella presentazione di una proposta di finanza di progetto per i collegamenti autostradali Orte-Venezia e Catania-Siracusa, nonché di una semplice proposta di realizzazione, in attesa di ulteriori elementi da parte degli Enti deputati, per il collegamento tra l'Autostrada A12 e l'Autostrada A7 denominato "Gronda di Levante".

2. RENDICONTO

PRODUZIONE E DISTRIBUZIONE DEL VALORE

Il rendiconto è la parte del Bilancio Sociale volta a fornire i dati relativi al conto economico, riclassificati in modo da evidenziare il processo di formazione del Valore Aggiunto (inteso come differenza tra valore della produzione e il totale dei consumi) e la sua distribuzione tra tutti coloro che, a vario titolo, hanno un rapporto di "scambio" con la Banca, in particolare i dipendenti, gli azionisti, Enti ed Autonomie locali, lo stesso sistema Banca per l'accantonamento di risorse necessarie agli

investimenti produttivi, i clienti, i fornitori, la collettività e l'ambiente.

Il Valore Aggiunto così evidenziato rappresenta la capacità della Banca di creare ricchezza e distribuirla tra i diversi *stakeholder* di riferimento del contesto sociale in cui opera, nel rispetto dell'economicità di gestione.

2.1. Dati significativi di gestione

Di seguito vengono evidenziati gli aggregati e gli indicatori finanziari sintetici più significativi per esprimere l'andamento della gestione di riferimento della Banca Carige SpA.

2.1.1. Financial highlights

Importi in migliaia di euro	2001	2002	2003
Totale attivo	12.835.474	14.393.818	14.653.054
Impieghi finanziari complessivi (clientela e banche)	8.593.452	9.998.481	10.189.830
Crediti verso clientela	7.471.152	8.634.899	9.247.098
Raccolta della clientela globale	19.448.498	21.623.253	22.792.850
- diretta (1)	8.099.615	9.236.484	10.025.750
- indiretta (2)	11.348.882	12.386.769	12.767.100
Patrimonio netto	1.332.833	1.369.723	1.606.028
Margine di interesse	308.823	303.306	324.658
Ricavi netti da servizi (3)	291.933	347.230	389.734
Margine di intermediazione	600.756	650.536	714.392
Spese amministrative	301.550	321.821	366.712
Risultato lordo di gestione	219.119	237.663	224.473
Risultato netto	103.545	104.818	106.199

(1) Voci 20 e 30 del passivo patrimoniale. (2) Risparmio gestito e titoli in custodia. (3) Inclusi i dividendi.

2.1.2. Conto economico riclassificato

Importi in migliaia di euro	2001	2002	2003
MARGINE DI INTERESSE	308.823	303.306	324.658
Commissioni e proventi netti finanziari e di servizi	291.933	347.230	389.734
MARGINE DI INTERMEDIAZIONE	600.756	650.536	714.392
Oneri e spese di gestione	381.637	412.873	489.919
RISULTATO LORDO DI GESTIONE	219.119	237.663	224.473
Accantonamenti, rettifiche e riprese di valore	47.525	65.906	79.446
UTILE ORDINARIO	171.594	171.757	145.027
Utile al lordo delle imposte	184.474	183.718	168.034
RISULTATO NETTO	103.545	104.818	106.199

Nel 2003 il cambiamento di normativa fiscale ha tra l'altro eliminato i crediti d'imposta sui dividendi contabilizzati per maturazione che verranno incassati nel corso del 2004, pari a 12,9 milioni. Al lordo di tale effetto, che comporterebbe un aumento dei ricavi netti da servizi (o commissioni e proventi netti finanziari e di servizi) a 402.634 mila, i principali aggregati economici risulterebbero rispettivamente pari a: margine di intermediazione 727.292 mila;

risultato lordo di gestione 237.373 mila; le imposte dell'esercizio, risultate pari a 67 milioni, sarebbero state pari a 79,9 milioni. L'aliquota fiscale media, pari al 39,9%, con la contabilizzazione dei crediti d'imposta risulterebbe pari al 44,2%.

Nel seguito, per evidenziare tale effetto, nei casi in cui si renda opportuno, verrà utilizzata una configurazione degli aggregati economici denominata pro forma (abbreviazione pf).

2.1.3. Stato patrimoniale riclassificato

Importi in migliaia di euro	2001	2002	2003
Cassa e disponibilità	164.675	173.442	168.109
Crediti	8.097.050	9.265.508	9.379.480
Titoli non immobilizzati	3.073.997	2.732.488	2.774.716
Immobilizzazioni	984.808	1.345.593	1.394.069
Altre voci dell'attivo	514.944	876.787	936.680
Totale attivo	12.835.474	14.393.818	14.653.054
Debiti	9.751.314	11.033.522	11.165.014
Fondi a destinazione specifica	500.505	527.697	530.347
Altre voci del passivo	747.276	958.058	743.411
Fondi rischi bancari generali	5.165	5.165	-
Passività subordinate	400.000	400.000	502.055
Patrimonio netto	1.431.213	1.469.376	1.712.227
Totale passivo	12.835.474	14.393.818	14.653.054

2.1.4. Indici gestionali e di borsa

Nelle pagine seguenti sono sintetizzati alcuni significativi indicatori di gestione e di borsa,

relativi agli ultimi tre anni. In particolare, gli indicatori di gestione sono stati suddivisi in:

- indicatori di diversificazione, che misurano l'incidenza dei ricavi diversi dalla gestione denaro sul totale dei ricavi;
- indicatori di efficienza operativa, che misurano il peso relativo dei costi sul volume dei ricavi;
- indicatori di produttività, che misurano i volumi medi di intermedio per dipendente;
- indicatori di efficienza allocativa, che misurano l'incidenza dei crediti non *performing* sul totale degli impieghi;
- indicatori patrimoniali, che misurano il grado di copertura del patrimonio rispetto alle masse intermedie;
- indicatori reddituali, che misurano la redditività del capitale investito.

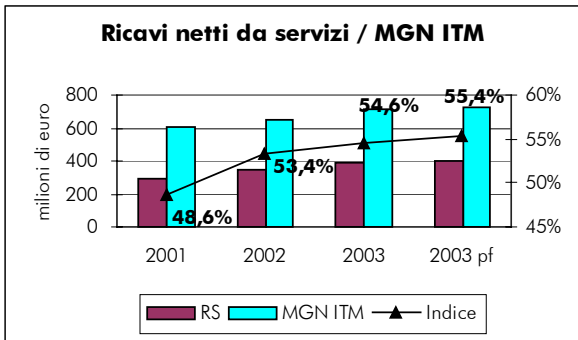
Indicatori gestionali

Valori percentuali	2001	2002	2003
Diversificazione			
a) Ricavi netti da servizi / Margine di intermediazione	48,6	53,4	54,6
b) Ricavi netti no trading / Margine di intermediazione	48,1	54,3	53,3
c) Commissioni nette / Margine di intermediazione	43,8	46,0	44,6
Efficienza operativa			
a) Costi operativi / Margine di intermediazione (<i>Cost income ratio</i>)	63,5	63,5	68,6
b) <i>Cost income ratio</i> rettificato (1)	60,3	59,6	62,7
c) Spese di personale / Margine di intermediazione	31,9	30,6	32,9
d) Ricavi netti no trading / Spese di personale	1,5	1,8	1,6
Produttività (migliaia di euro)			
a) Impieghi a clientela (2) / Numero dipendenti medi	2.271	2.463	2.547
b) Raccolta globale da clientela (3) / Numero dipendenti medi	2.356	2.522	2.720
c) Utile netto / Numero dipendenti medi	31	30	29
Efficienza allocativa			
a) Sofferenze / Impieghi lordi	2,7	2,7	3,3
b) Sofferenze / Impieghi netti	2,8	2,8	3,4
Patrimonialità			
a) Patrimonio netto (4) / Impieghi lordi	23,2	20,5	22,8
b) Patrimonio netto (4) / Raccolta da clientela	22,4	20,0	21,3
Redditività			
a) ROE (<i>Return on equity</i>) (5)	7,8	7,7	6,6
b) ROAE (<i>Return On Average equity</i>) (6)	7,9	7,8	7,1

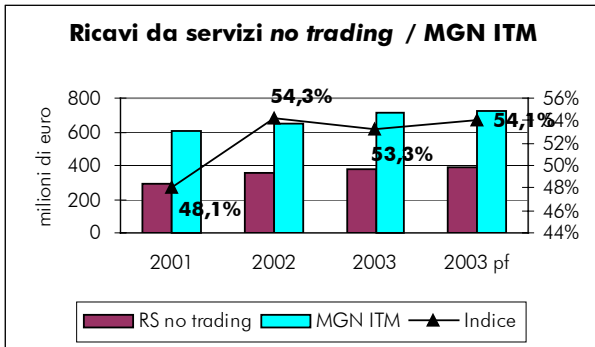
(1) Ratio rettificato sottraendo al numeratore e al denominatore le rettifiche di valore dei beni in leasing e per il 2003, considerando il venir meno del credito di imposta sui dividendi per maturazione percepiti dalle controllate, in relazione al cambiamento della normativa fiscale. (2) Al lordo delle svalutazioni. (3) Escluse le operazioni di pronti contro termine e prestito titoli. (4) Patrimonio netto escluso il risultato d'esercizio e comprensivo delle passività subordinate. (5) Utile netto rapportato ai mezzi propri a inizio anno. (6) Utile netto rapportato al patrimonio medio del periodo.

L'indice di diversificazione dei ricavi, misurato dal rapporto tra i ricavi netti da servizi ed il margine d'intermediazione, è pari al 54,6% a dicembre 2003, valore in crescita sia rispetto al 2002 (53,4%), sia rispetto al 2001 (48,6%).

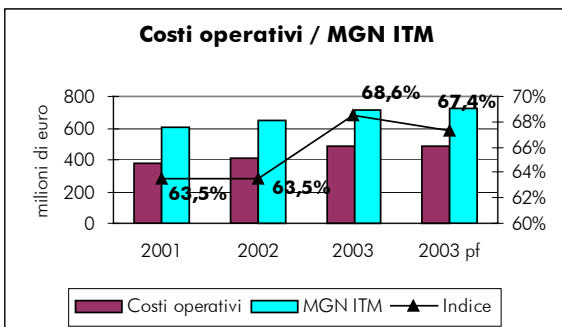
Depurato dell'effetto del cambiamento della normativa fiscale, tale indice si attesterebbe al 55,4%.



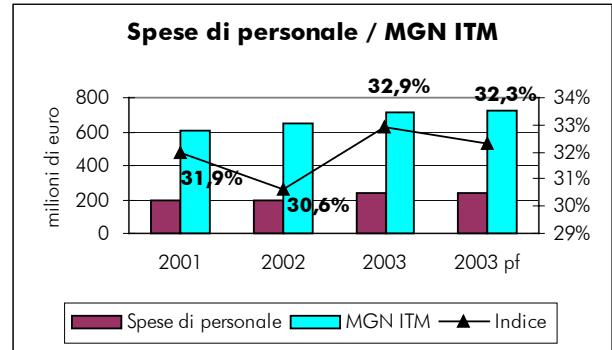
Prendendo in considerazione la componente più stabile dei ricavi da servizi, ovvero escludendo i profitti e perdite da operazioni finanziarie, e non considerando il cambio di normativa fiscale, il rapporto sul margine d'intermediazione si mantiene stabile a 54,1%, sui valori dell'esercizio 2002 (54,3%).



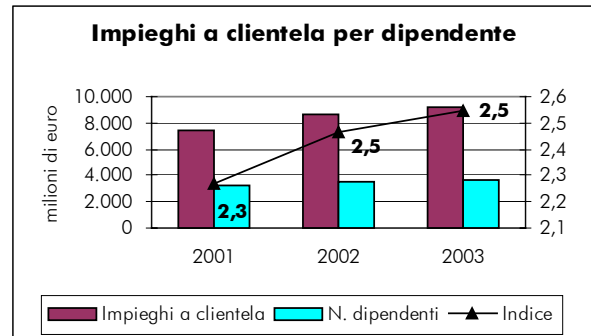
L'indice di efficienza operativa (*cost/income ratio*), rappresentato dal rapporto tra i costi operativi ed il margine di intermediazione, cresce dal 63,5% del 2002 e del 2001 al 67,4% (depurato degli effetti del cambiamento della normativa fiscale), in relazione ai consistenti investimenti effettuati dalla Banca in corso d'anno, per l'integrazione degli sportelli acquisiti da Capitalia. Se, oltre a tenere conto degli effetti fiscali, l'indice viene depurato anche delle rettifiche di valore dei beni in *leasing*, il valore per il 2003 si attesta al 62,7%, rispetto al 59,6% del 2002 e al 60,3% del 2001.



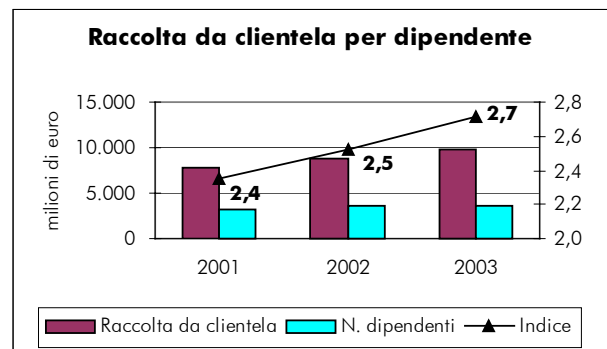
L'incidenza delle sole spese di personale (rapporto tra le spese di personale ed il margine d'intermediazione) è pari a dicembre 2003 al 32,3%, anch'esso in crescita rispetto agli ultimi due anni (30,6% nel 2002 e 31,9% nel 2001) in conseguenza dell'assunzione del personale acquisito con le filiali del Gruppo Capitalia.



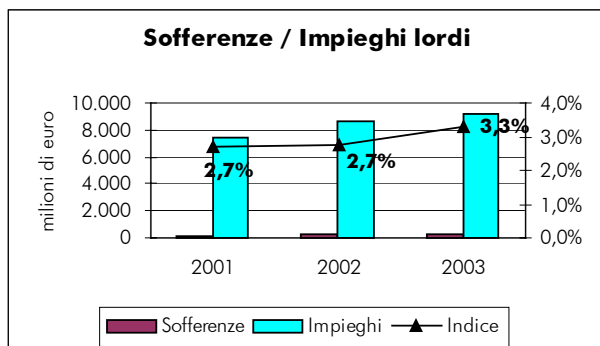
Il livello di produttività del personale, misurato sulla base delle masse gestite pro capite e della redditività pro capite, risulta in costante aumento. A fine 2003 gli impieghi a clientela per dipendente sono pari a 2,5 milioni (uguale al 2002 e superiore ai 2,3 milioni del 2001).



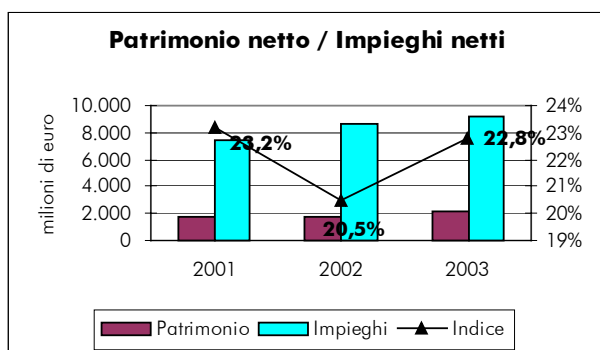
La raccolta globale da clientela per dipendente è pari a 2,7 milioni (2,5 milioni nel 2002 e 2,4 milioni nel 2001).



L'indice di efficienza allocativa, dato dal rapporto tra sofferenze ed impieghi, è pari al 3,3% a fine anno, superiore ai due anni precedenti, quando si attestava su valori ancor più contenuti (2,7%).

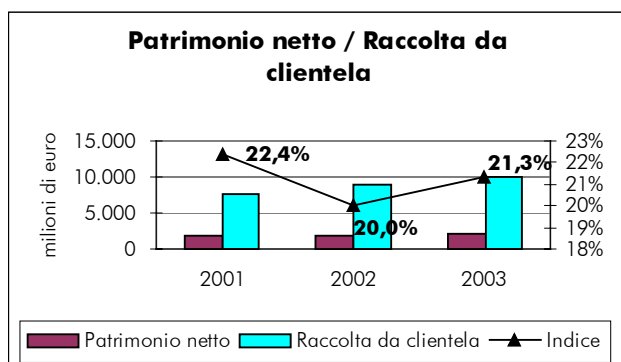


Il rapporto tra patrimonio netto ed impieghi netti a fine 2003 è pari al 22,8%, in aumento rispetto al 20,5% dell'anno precedente, in relazione all'operazione di rafforzamento patrimoniale effettuata nel 2003. Il patrimonio aziendale considerato per il calcolo di questo indicatore e del seguente include i prestiti subordinati emessi dalla Banca.



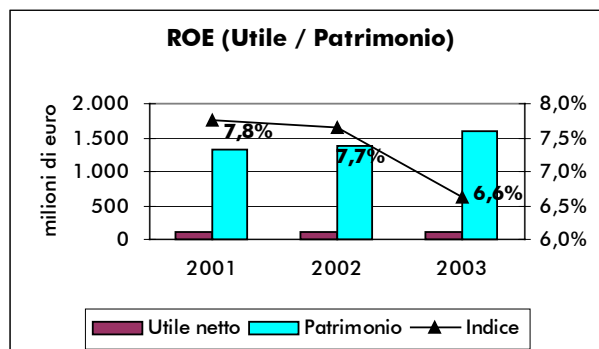
Il patrimonio include i prestiti subordinati.

Il patrimonio netto su raccolta da clientela, per lo stesso motivo ricordato sopra, manifesta una crescita dal 20% del 2002 al 21,3% del 2003.

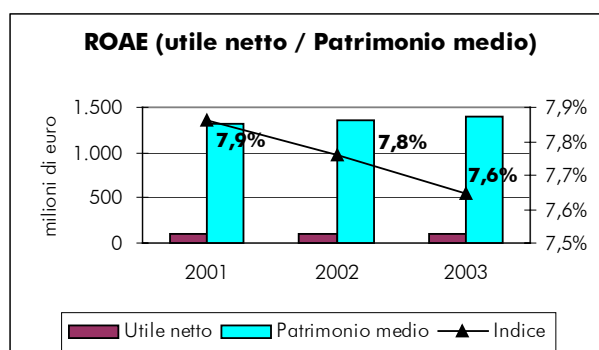


Il patrimonio include i prestiti subordinati.

La redditività del capitale investito (ROE) a fine 2002 è pari al 6,6%, rispetto al 7,7% del 2002 e al 7,8% del 2001. A fronte della crescita dell'utile netto, si è infatti verificata una crescita più che proporzionale del patrimonio, in relazione all'operazione di rafforzamento patrimoniale del 2003.



In termini medi, la redditività del capitale investito (ROAE) è pari al 7,6%, in leggera diminuzione rispetto al 7,8% del 2002 e al 7,9% del 2001.



Gli indicatori di borsa misurano invece la *performance* dell'azione ordinaria Carige.

Indicatori di borsa (con riferimento alle sole azioni ordinarie)

	2001	2002	2003
a) Prezzo medio (euro) (1)	1,831	1,947	2,491
b) Dividendo per azione (euro) (1)	0,0723	0,0723	0,0723
c) Earning per Share (EpS) (euro)	0,101	0,103	0,095
d) Price/Earning (P/E)	18,05	18,96	26,11
e) Price/Book value (P/BV) (2)	1,40	1,45	1,73

(1) I valori ante 2002 sono pro forma, ricostruiti per adeguarsi al nuovo capitale sociale, espresso in euro, in relazione all'introduzione della nuova valuta europea. In particolare, contemporaneamente alla conversione in euro del capitale sociale, è stato realizzato un frazionamento delle azioni che è risultato nella sostituzione di ogni vecchia azione del valore nominale di lit. 10.000 con 5,18 azioni del valore di 1 euro ciascuna. In conseguenza di ciò dal 1° gennaio 2002 il numero delle azioni è passato da 197.017.340 a 1.020.549.614. (2) Dal calcolo del patrimonio necessario a determinare il Book Value è stato escluso il prestito subordinato.

Gli indicatori di borsa della Banca, presi a riferimento nell'analisi della *performance* dei titoli delle società quotate, evidenziano nel tempo un tendenziale miglioramento. Si sottolinea che tali indici fanno riferimento esclusivamente alle azioni ordinarie Carige SpA. In dettaglio:

- l'*Earning per Share (EpS)*, dato dal rapporto tra l'utile netto ed il numero delle azioni, è pari a 0,095 euro, in diminuzione rispetto agli 0,103 euro del 2002 ed agli 0,101 euro del 2001, in conseguenza dell'operazione di aumento di capitale;
- il *Price/Earning (P/E)*, dato dal rapporto tra il prezzo delle azioni e l'utile netto per azione è cresciuto significativamente nel tempo, da 18,05 euro del 2001 a 23,94 euro del 2003;
- il *Price/Book Value (P/BV)*, dato dal rapporto tra il prezzo delle azioni ed il loro

valore teorico di libro è cresciuto nei tre anni da 1,40 a 1,73 euro.

2.2. Prospetto di determinazione del Valore Aggiunto

I dati utilizzati in questa sezione sono assunti direttamente dal bilancio di esercizio, redatto nel rispetto delle norme civilistiche e verificato dagli organi di amministrazione e controllo della Banca, nonché certificato dalla società di revisione incaricata.

La determinazione del Valore Aggiunto lordo, ovvero di quanto la Banca produce in termini di differenza tra ricavi e consumi, al lordo delle rettifiche nette, costituisce l'anello di congiunzione tra i dati economici, finanziari e civilistici e la rendicontazione sociale.

CONTO ECONOMICO DELLA PRODUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO (1)

Importi in migliaia di euro.

	2001	2002	2003 pf
RICAVI			
Interessi attivi, commissioni attive ed altri ricavi	917.166	932.855	972.486
1. TOTALE PRODUZIONE LORDA	917.166	932.855	972.486
CONSUMI			
Interessi passivi, commissioni passive, perdite da operazioni finanziarie ed altri oneri di gestione	-316.410	-282.319	-245.194
Altre spese amministrative	-83.660	-94.269	-100.761
Rettifiche /riprese di valore su crediti, titoli ed altri accantonamenti	-47.762	-65.983	-79.553
2. TOTALE CONSUMI	-447.832	-442.571	-425.508
3. VALORE AGGIUNTO LORDO	469.334	490.284	546.978
Rettifiche /riprese di valore su immobilizzazioni di cui: su immobilizzazioni finanziarie	-79.850 237	-90.975 77	-123.100 107
4. VALORE AGGIUNTO NETTO	389.484	399.309	423.878
Costo del lavoro	-191.935	-199.388	-234.968
Elargizioni ed oneri per servizi di tesoreria	-4.079	-4.153	-4.546
Imposte e tasse indirette e patrimoniali	-21.876	-24.011	-26.437
Proventi straordinari	15.468	14.559	30.029
Oneri straordinari	-2.588	-2.598	-7.022
5. RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE	184.474	183.718	180.934
Variatione del f. rischi bancari generali	-	-	5.165
Accant. a riserva di concentrazione	-	-	-
Imposte sul reddito d'esercizio	-80.929	-78.900	-79.900
6. RISULTATO D'ESERCIZIO	103.545	104.818	106.199

(1) Redatto sulla base del prospetto sintetico ABI/IBS di determinazione del valore aggiunto. Fonte Bilanci.

Nel 2003 il valore aggiunto prodotto dalla Carige, al lordo delle rettifiche e neutralizzando gli effetti del cambiamento di normativa fiscale, è stato pari a 547 milioni, in aumento sull'anno precedente di 56,7 milioni (11,6%). Il risultato è stato determinato sia dall'espansione dei ricavi (interessi attivi, commissioni attive ed altri ricavi), cresciuti di 39,6 milioni (4,2%) a 972,5 milioni, sia dalla diminuzione dei consumi (interessi passivi, commissioni passive, perdite da operazioni finanziarie, altri oneri di gestione, altre spese amministrative, rettifiche nette di valore su crediti e su titoli, ed altri accantonamenti), diminuiti dai 442,6 milioni del 2002 ai 425,5 milioni di fine 2003 (-3,9%).

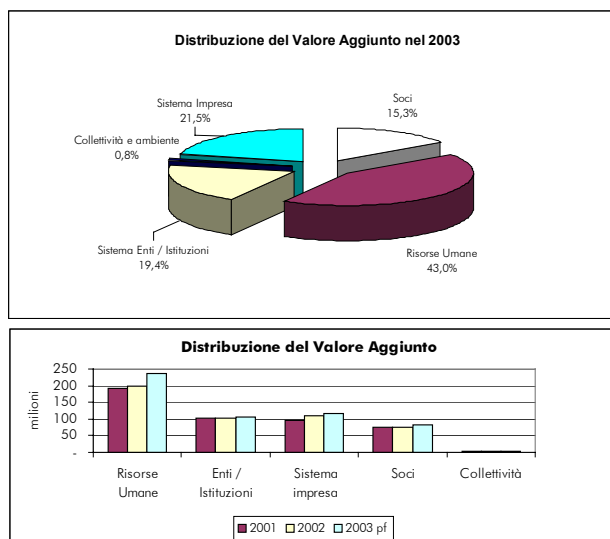
2.3. Prospetto di riparto del Valore Aggiunto

Il Valore Aggiunto lordo prodotto dalla Banca si distribuisce tra i diversi *stakeholders*, ovvero tutti quei soggetti che a vario titolo hanno un interesse legittimo nei confronti dell'azienda, quali risorse umane dipendenti, soci, sistema impresa, sistema enti – istituzioni (Stato), collettività e ambiente.

RIPARTO DEL VALORE AGGIUNTO LORDO E SUA DISTRIBUZIONE (1)

Importi in migliaia di euro.	2001	2002	2003 pf
1. RICAVI	917.166	932.855	972.486
2. CONSUMI	-447.832	-442.571	-425.508
3. VALORE AGGIUNTO LORDO	469.334	490.284	546.978
Ripartito tra:			
A. SOCI	73.786	75.192	83.563
Dividendi pagati a Fondazione	41.700	38.900	43.991
Dividendi pagati ad altri soci	32.086	36.292	39.572
B. RISORSE UMANE	191.935	199.388	234.968
Costo del lavoro	191.935	199.388	234.968
C. SISTEMA ENTI / ISTITUZIONI	102.805	102.911	106.337
Imposte e tasse indirette e patrimoniali	21.876	24.011	26.437
Imposte sul reddito d'esercizio	80.929	78.900	79.900
D. COLLETTIVITA' E AMBIENTE	4.079	4.153	4.546
Elargizioni ed oneri per servizi di tesoreria	4.079	4.153	4.546
E. SISTEMA IMPRESA	96.729	108.640	117.564
Accantonamenti, Rettifiche / Riprese di valore su immobilizzazioni	79.850	90.975	123.100
Proventi e oneri straordinari / Riserve non distribuite e variazione del Fondo rischi bancari generali	16.879	17.665	-5.536
VALORE AGGIUNTO LORDO	469.334	490.284	546.978

(1) Redatto sulla base del prospetto definito da ABI/IBS. Fonte Bilanci.



Dall'analisi dei dati del 2003 si evince che:

- il 45% del valore aggiunto è attribuito alle risorse umane (235 milioni), di cui 153,7 milioni sotto forma di salari, 42,9 milioni sotto forma di oneri sociali e 27 milioni sotto forma di TFR e di trattamenti di quiescenza. La quota di valore aggiunto destinata alle risorse umane risulta

decisamente superiore rispetto a quella del 40,7% dello scorso anno in relazione all'assunzione, avvenuta con decorrenza 1 gennaio 2003, di 371 dipendenti delle filiali del Gruppo Capitalia acquisite sul finire del 2002. In termini assoluti l'importo destinato alle risorse umane è salito da 191,9 milioni del 2001 a 235 milioni del 2003;

- il 21,5% è di pertinenza del sistema impresa per accantonamenti, rettifiche/riprese di valore su crediti e immobilizzazioni, oneri e proventi straordinari ed avanzo riserve. Tale quota non varia significativamente nel tempo, essendo stata pari al 22,2% nel 2002 e al 20,6% nel 2001. In termini di importi, al sistema impresa sono stati destinati 117,6 milioni a fine 2003 contro 96,7 milioni nel 2001;
- il 19,4% è destinato al sistema Stato sotto forma di imposte e tasse, sugli stessi livelli del 2002 (21%) e del 2001 (21,9%). L'importo è cresciuto nei tre anni da 102,8 milioni del 2001 a 106,3 milioni del 2003;

- il 15,3% (la stessa quota del 2002 e il 15,7% nel 2001) è attribuito agli azionisti sotto forma di dividendi; in particolare la quota di valore aggiunto destinata alla Fondazione è calata dall'8,9% del 2001 all'8% del 2003 mentre quella destinata agli azionisti diversi dalla Fondazione nel 2003 è risultata pari al 7,2% (7,4% nel 2002 e 6,8% nel 2001); in termini assoluti ai soci sono stati destinati 83,6 milioni nel 2003 rispetto ai 73,8 milioni del 2001;
- lo 0,8%, (in linea con il biennio precedente), è assegnato alla collettività ed all'ambiente.

Si tenga conto, a tal proposito, che la Banca, in quanto datore di dividendi all'azionista Fondazione, indirettamente destina alla collettività un volume di elargizioni assai più consistente; nel 2003 la Banca ha pagato alla Fondazione

dividendi per 44 milioni. La Fondazione a sua volta ha liquidato alla collettività 16,4 milioni sotto forma di beneficenza ed altre liberalità. Erede della tradizionale attività filantropica esercitata per un secolo e mezzo dalla Cassa di Risparmio di Genova e Imperia, secondo una peculiarità "tutta italiana" che ha visto sino a pochi anni fa le Casse di Risparmio operare contemporaneamente sul versante sociale e creditizio, la Fondazione promuove, istituzionalmente, interventi a sostegno di ragguardevoli iniziative nei settori dell'arte, della cultura, della ricerca scientifica, della sanità, nonché in ambito socio-assistenziale.

3. LA RELAZIONE DI SCAMBIO SOCIALE

La relazione di scambio sociale analizza i diversi aspetti dell'interscambio tra la Banca ed il contesto in cui opera. Rappresenta, da un lato, il rendiconto del modo in cui essa si relaziona con i propri collaboratori (risorse umane), con un'unica identità di stile e di comportamento; dall'altro lato, le interazioni che essa vive quotidianamente con i propri interlocutori esterni che esprimono e rappresentano il contesto sociale (soci, clienti, fornitori, sistema finanziario ed altre istituzioni, Stato/enti locali, collettività intesa come persone, ambiente, media e comunità virtuale).

In questo modo si mira a fornire una visione puntuale, completa e trasparente della complessa interdipendenza tra fattori economici e fattori sociali connaturati e conseguenti alle scelte di intervento della Banca, in coerenza sia con i valori dichiarati, sia con le aspettative legittime dei suoi *stakeholder*.

3.1. Banca e risorse umane

3.1.1. Linee politiche coerenti con i valori di riferimento

La Carige, contestualmente alla sua espansione dimensionale, nel corso degli ultimi anni ha visto il progressivo inserimento all'interno della propria struttura di persone provenienti da altre realtà territoriali e bancarie.

Le linee, rinvenibili anche nel Codice Etico, su cui la Banca fonda la propria azione nelle relazioni con le risorse umane, nella consapevolezza che esse sono un elemento indispensabile per l'esistenza, lo sviluppo ed il successo dell'impresa, sono le seguenti:

- tutela della persona, della sua sicurezza e della sua salute psico – fisica;
- valorizzazione delle specificità personali, culturali e professionali, all'interno di un sistema di valori condiviso;
- motivazione di tutti i soggetti coinvolti nella gestione aziendale, professionalizzati

attraverso un costante programma di aggiornamento e di formazione;

- riconoscimento delle pari opportunità di tutti i dipendenti.

3.1.2. Politica delle assunzioni

Come statuito dal codice Etico, nella scelta dei propri dipendenti la Carige si attiene a criteri di correttezza e buona fede, incentrando le selezioni sulla corrispondenza dei profili dei candidati alle esigenze aziendali, nel rispetto delle pari opportunità e senza discriminazioni di sorta. Le prove sono strettamente legate alla verifica della sussistenza dei profili professionali richiesti e delle caratteristiche personali e psicoattitudinali necessarie, nel rispetto della sfera privata e delle opinioni dei candidati.

In linea generale le assunzioni del personale in Carige avvengono mediante selezione. Esse hanno assunto forme di sempre maggiore snellezza, per semplificare l'iter e per rendere più efficiente l'individuazione delle migliori risorse dando risposte immediate alle esigenze di acquisizione di nuovo personale.

Di solito le selezioni avvengono, a seconda dei profili ricercati, sulla base di un primo screening effettuato da parte di una società specializzata o degli uffici specialistici della Banca, seguito poi da una fase finale di valutazione da parte di esponenti aziendali.

Modalità di assunzione e contratti in essere

	2002	2003
N° curricula ricevuti (a)	17.396	16.956
N° colloqui (b)	569	544
Q% (b/a)	3,3	3,2
N° assunzioni (c)	65	19
Q% (c/a)	0,4	0,1
Q% (c/b)	11,4	3,5
N° contratti formazione lavoro in essere	41	17
N° contratti a tempo determinato	-	-
N° contratti a tempo indeterminato	3.471	3.742

3.1.3. Composizione del personale

Al 31/12/2003 il personale della Carige è pari a 3.759 dipendenti, in aumento rispetto al dato di fine 2002 (3512), che però non comprendeva i 371 dipendenti delle filiali ex Capitalia, assunti con decorrenza 1 gennaio 2003. A livello di Gruppo, il personale è costituito da 4.731 dipendenti, di cui 4.354

delle Società bancarie e 416 delle Compagnie Assicuratrici.

3.1.4. Rete di promozione finanziaria

Per la commercializzazione dei propri prodotti la Banca si avvale anche di una rete di canali mobili costituita da 290 agenti assicurativi della Compagnia controllata Carige Assicurazioni, dei quali 35 promotori finanziari.

3.1.5. Consistenza del personale

Negli uffici di sede lavorano 1.054 dipendenti (28% del totale), gli altri 2.705 operano sul mercato.

In media, l'età dei dipendenti è di circa 43 anni e l'anzianità di servizio di 18 anni.

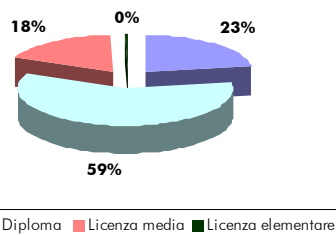
Suddivisione per età

	2002			2003		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
< 30	139	102	241	111	83	194
30-35	271	323	594	283	311	594
36-40	345	324	669	352	329	681
41-45	348	291	639	389	306	695
46-50	293	303	596	355	350	705
> 50	560	213	773	624	266	890
Totale	1.956	1.556	3.512	2.114	1.645	3.759

La distribuzione del personale per categoria contrattuale è articolata in 46 dirigenti, 746 quadri direttivi e 2.967 inquadrati nelle Aree professionali.

Titolo di studio dei dipendenti - anno 2003

	2° Area	3° Area	Quadri	Dirigenti	Totale
	Prof.le	Prof.le	direttivi		
Totale dipendenti (a)	78	2.889	746	46	3.759
di cui: laureati (b)		626	206	18	850
Q. % (b/a)	0,0%	21,7%	27,6%	39,1%	22,6%



3.1.6. Politiche delle pari opportunità

La Carige è particolarmente attenta alle problematiche relative alle pari opportunità in ogni ambito del rapporto di lavoro.

Al 31 dicembre 2003 il personale maschile è pari a 2.114 unità e quello femminile a 1.645 unità.

Negli ultimi dieci anni la percentuale delle donne dipendenti della Banca è cresciuta dal 40,6% al 43,8%.

Suddivisione organico per sesso

	2002		2003	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Uomini	1.956	55,7%	2.114	56,2%
Donne	1.556	44,3%	1.645	43,8%
Totale	3.512	100,0%	3.759	100,0%

3.1.7. Attività sociali

Un rilevante aspetto relativo alla socialità è rappresentato dalle attività promosse attraverso il Circolo dipendenti della Carige (Casana Club), le cui iniziative sono estese anche ai familiari ed al personale in quiescenza. I soci possono sia frequentare la sede del circolo, presso cui sono organizzati periodicamente corsi e giochi, sia partecipare alle attività organizzate dalle varie sezioni in cui il circolo è articolato.

Suddivisione per inquadramento

	2002			2003		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	39	2	41	43	3	46
Quadri direttivi	466	141	607	569	177	746
3° Area Professionale	1.374	1.402	2.776	1.433	1.456	2.889
2° Area Professionale	77	11	88	69	9	78
Totale	1.956	1.556	3.512	2.114	1.645	3.759

3.1.8. Aspetti solidaristici

Gli aspetti più rilevanti in questo campo sono costituiti dalla presenza di un sistema di previdenza integrativa e complementare e da coperture assicurative per i rischi malattia e infortuni.

In particolare, per il personale in servizio al 30/11/1991 è operante il Fondo Integrativo di Previdenza (FIP) che ha la finalità di garantire agli iscritti un trattamento pensionistico complessivo (INPS e FIP) pari al 75% dell'ultima retribuzione pensionabile percepita dall'iscritto. L'integrazione a carico del FIP è calcolata su un massimo di 35 anni di iscrizione e ridotta pro quota per anzianità inferiori, con un minimo garantito. Il FIP eroga anche prestazioni indirette o di reversibilità a favore dei superstiti del dipendente o del pensionato defunto. Inoltre il FIP ha una significativa componente di natura assicurativa, in quanto, ove si verifichi una invalidità permanente e totale al lavoro o la morte in servizio, eroga prestazioni ragguagliate ad anzianità di iscrizione maggiorate.

A seguito delle riforma apportata dalla L. 335/1995 il Fondo ha ormai solo una funzione integrativa delle prestazioni INPS e non più anche sostitutiva di esse, come in passato.

Il Fondo nasce intorno alla metà degli anni '50 con la forma di regolamento unilaterale aziendale. A partire dal 1988 il Regolamento prende la forma di accordo sindacale.

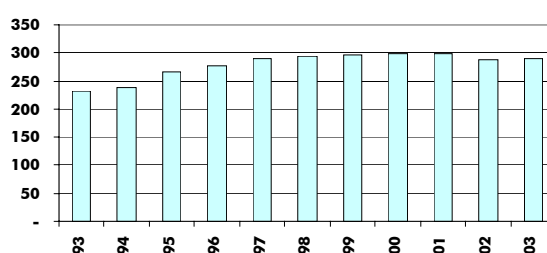
Con il Regolamento stipulato il 23/1/1992 il FIP è stato trasformato da Fondo "aperto" (a tutti i dipendenti), a Fondo "chiuso" (destinato al solo personale iscritto a tutto il 30/11/1991). Contestualmente è stata prevista l'introduzione di una contribuzione a carico dei dipendenti in servizio e del personale in quiescenza.

Si sottolinea che la politica gestionale del Fondo in Carige è sempre stata ispirata da criteri di prudenza e ha portato ad effettuare accantonamenti di somme sufficienti per soddisfare le future obbligazioni.

Con il Regolamento del 1992 le parti avevano preso l'impegno di creare un sistema di previdenza complementare per gli assunti a far data dall'1/12/1991. Tale impegno si è tradotto, nel corso del 2001, in un'intesa con le Organizzazioni Sindacali Aziendali che ha consentito di definire le regole attuative di tale sistema di previdenza complementare. In sintesi, è stata prevista l'iscrizione dei dipendenti entrati

in Azienda successivamente al 1/12/1991 al Fondo Aperto Carige, con una contribuzione a carico della Banca pari al 3,5% della retribuzione (percentuale applicata al personale entrato in Azienda fino al 31/12/2003). Detta percentuale è più elevata rispetto a quanto praticato, di norma, nel settore bancario e negli altri comparti produttivi; ad essa si aggiunge una contribuzione minima a carico del dipendente pari all'1% oltre al conferimento del TFR, secondo quanto previsto dalla Legge.

Fondo integrazione pensioni (migliaia €)



Sono inoltre aziendalmente presenti alcune polizze assicurative che coprono i seguenti rischi:

- malattia del dipendente e dei componenti del suo nucleo familiare. Questa polizza, il cui premio è per oltre l'80% del suo valore a carico dell'Azienda, copre le spese sanitarie relative, in senso lato, agli interventi chirurgici ed alle spese sanitarie per esami diagnostici con massimali elevati, costituendo un significativo complemento del Servizio Sanitario nazionale;
- infortuni professionali e non professionali dei dipendenti.

Queste polizze, con premio a totale carico della Banca, indennizzano il dipendente che subisca un infortunio, in occasione dell'attività di lavoro, o al di fuori di essa, da cui derivi una invalidità permanente;

- inoltre, i dipendenti iscritti (secondo quanto sopra detto) al Fondo aperto Carige godono di una ulteriore polizza, con premio a totale carico della Banca, che copre il rischio di gravi invalidità e di morte.

3.1.9. Comunicazione interna

Al fine di coinvolgere l'intero personale, all'interno della Banca la comunicazione risulta particolarmente snella; ciò permette una

maggiore partecipazione delle persone, che risultano più motivate e, quindi, in grado di intraprendere azioni per raggiungere uno scopo comune (gli obiettivi aziendali).

I canali virtuali di comunicazione, in particolare, hanno acquistato un ruolo sempre più efficace ed efficiente, in termini di immediatezza, completezza ed economicità. Da ogni postazione di lavoro è possibile accedere alla rete telematica aziendale *intranet* ed alla posta elettronica.

Circolari interne, rassegna stampa, normativa, siti *web* a tema finanziario ed economico sono strumenti di facile ed esaustiva informazione.

Carige Notizie è l'House Organ di Gruppo che viene distribuito a tutti i dipendenti ed ai pensionati. Il periodico tratta sia argomenti tecnici sia argomenti di carattere culturale, hobby dei dipendenti, iniziative ed eventi della vita aziendale di particolare interesse. *Carige notizie* è inoltre uno strumento informativo per quanto attiene ai movimenti del personale nelle Aziende bancarie del Gruppo.

Una volta all'anno viene organizzata la *Convention* aziendale che costituisce un importante momento di incontro e di riflessione per tutto il personale direttivo del Gruppo.

3.1.10. Relazioni sindacali e conflittualità

Le relazioni sindacali in Carige sono caratterizzate da un clima costruttivo che si esprime in un aperto confronto sulle diverse problematiche, nel pieno rispetto dei diversi ruoli e punti di vista. I confronti sono finalizzati a sviluppare un franco confronto di opinioni sui vari aspetti tecnico-gestionali che il CCNL demanda, per l'appunto, al confronto aziendale, dal momento che entrambe le parti sono consapevoli che solo il contributo di ciascun soggetto coinvolto può assicurare soluzioni in grado di fronteggiare una realtà in forte evoluzione come l'attuale.

Per quanto riguarda il confronto sindacale del 2003, non sono emerse tematiche caratterizzate da un significativo livello di conflittualità: i rapporti Azienda-Sindacato, infatti, hanno interessato essenzialmente gli adempimenti di informativa/confronto con le Sigle Sindacali previsti dal vigente CCNL (sistema incentivante, formazione del personale, organici, ecc.).

La parte normativa del CCNL 11/7/1999 è scaduta il 31/12/2001 mentre la parte

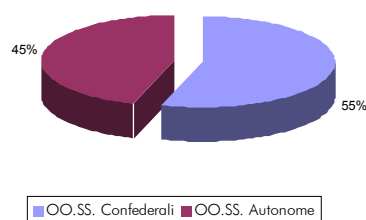
economica - rinnovata con accordo in data 4/4/2002 - è scaduta il 31/12/2003.

Nel corso degli ultimi mesi del 2003, le OO.SS. hanno sottoposto la piattaforma per il rinnovo contrattuale ai lavoratori che, a larga maggioranza, l'hanno approvata.

Successivamente, nel mese di novembre del 2003, la piattaforma è stata presentata ufficialmente all'Associazione di categoria.

Le trattative per il rinnovo contrattuale sono iniziate solo molto recentemente, e pertanto il confronto è ancora in una fase interlocutoria.

Iscrizioni sindacali



3.1.11. Formazione e valorizzazione

Per garantire la massima professionalità e competenza dei dipendenti, la Carige ne cura l'aggiornamento e la formazione, nell'interesse dell'azienda e della posizione di lavoro dei singoli. Tale consapevolezza, riaffermata nel Codice Etico, ha informato i programmi formativi anche nell'esercizio 2003 attraverso un'offerta ampia ed articolata di percorsi formativi differenziati, promuovendo numerose iniziative nell'ottica di rafforzare il concetto di "orientamento al cliente" e volte a favorire e sviluppare in azienda la cultura della "cortesia". La Banca dispone di un centro di formazione, creato nel 1987, derivante dal precedente ufficio addestramento e formazione, già esistente all'interno della Banca a partire dalla metà degli anni '70. Il centro è composto da dieci aule, alcune delle quali attrezzate con strumentazione informatica, e da uno sportello simulato, che riproduce la realtà dell'agenzia al fine di permettere ai neo-assunti di entrare nel contesto operativo con estrema efficacia. Accanto al tradizionale sistema di erogazione dei corsi di formazione in aula, si sono recentemente affiancati nuovi processi formativi e modalità di erogazione, introducendo per alcuni corsi soluzioni didattiche integrate d'aula e di formazione a distanza, attraverso l'utilizzo

di nuove tecnologie. L'acquisto di una piattaforma di *e-learning* ha consentito di somministrare contenuti didattici fruibili direttamente dal proprio posto di lavoro ed appropiare logiche di apprendimento collaborativo, attraverso la creazione di specifici *forum* di discussione su tematiche oggetto dei corsi, intervallati o seguiti da successivi moduli d'aula, atti a diffondere in azienda una logica di *learning organization*. In questo primo anno i percorsi formativi strutturati attraverso questo canale hanno coinvolto 1.304 partecipanti per un totale di 1.782 giornate.

La consapevolezza che la soddisfazione del cliente rappresenta per il Gruppo uno dei principali obiettivi, si sono intensificate e sviluppate iniziative che si possono definire di natura "relazionale/commerciale". Tali tematiche hanno coinvolto 927 partecipanti in 1.598 giornate di formazione.

Per limitare il disagio logistico dei dipendenti e nel contempo contenere tempi e costi di erogazione, visto il continuo sviluppo territoriale della Banca, si è ampliata l'offerta di formazione decentrata presso i Poli ormai consolidati di Milano, Roma, Palermo Savona (presso Cassa di Risparmio di Savona) e Lucca (presso Banca del Monte di Lucca).

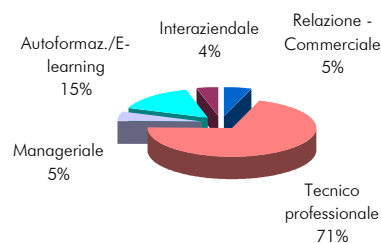
È continuata la formazione a sostegno delle filiali di più recente acquisizione, per fornire ai dipendenti le opportune conoscenze procedurali e per favorire il processo di integrazione. In particolare, nei primi mesi dell'anno, sono stati coinvolti tutti i nuovi dipendenti delle filiali Capitalia acquisite, per un totale di 995 giornate di formazione.

Inoltre sono stati organizzati corsi volti alla formazione manageriale, corsi in materia di sicurezza e, da ottobre, la nuova edizione del *Banking and Financial Diploma*. Quest'ultima è la maggiore iniziativa di formazione a distanza in Italia promossa dall'ABI, a cui la Banca ha aderito con l'iscrizione, all'edizione 2003, di 21 dipendenti del Gruppo che sono andati ad affiancarsi ai partecipanti delle altre due edizioni in atto. Si tratta di un Master in Tecnica e Gestione Bancaria della durata di due anni al termine del quale, al superamento di tutti gli esami, viene rilasciato ai partecipanti un attestato di Professionalità Bancaria.

Accanto a queste iniziative è naturalmente proseguita sia la normale attività di formazione tecnica, specialistica e commerciale sulla base del Piano dei corsi per l'anno 2003, tenuto conto delle indicazioni dei diversi responsabili di unità operativa, sia quella dettata dall'ingresso in azienda di personale neo assunto.

Complessivamente, nel corso dell'anno sono state erogate ai dipendenti Carige 29.884 giornate di formazione per 18.415 partecipazioni.

Contenuti formativi - anno 2003



Formazione per inquadramento - anno 2002

	Partecipazioni		N° ore		
	(a)	(b)	(b/a)	(c)	(c/a)
Dirigenti	41	112	2,7	830	20,2
Quadri direttivi	607	3.679	6,1	43.368	71,4
3° Area Professionale	2.776	13.141	4,7	182.758	65,8
2° Area Professionale	88	288	3,3	3.956	45,0
Totale	3.512	17.220	4,9	230.912	65,7

Formazione per inquadramento - anno 2003

	Partecipazioni		N° ore		
	(a)	(b)	(b/a)	(c)	(c/a)
Dirigenti	46	231	5,0	2.254	49,0
Quadri direttivi	746	4.432	5,9	51.393	68,9
3° Area Professionale	2.889	13.455	4,7	181.994	63,0
2° Area Professionale	78	297	3,8	3.428	43,9
Totale	3.759	18.415	4,9	239.069	63,6

3.1.12. Turnover

Nel corso del 2003 sono entrati in Azienda 390 dipendenti, di cui 371 provenienti dalle filiali ex Capitalia, mentre le cessazioni sono state 145 (prevalentemente a seguito del raggiungimento dei requisiti pensionistici).

3.1.13. Assenze

Le assenze complessive nel 2003 sono state di 186.883 giornate lavorative, in media pari circa a 50 giornate per dipendente (ricomprendendo in esse le ferie che mediamente ammontano a 30 giorni).



3.1.14. Sistemi di remunerazione

La struttura retributiva della Banca si basa su quanto previsto dai contratti collettivi di lavoro, nazionali ed aziendale.

Sono state introdotte (da alcuni anni) nuove metodologie di retribuzione aggiuntiva, quali i sistemi di incentivazione per obiettivi che interessano tutto il personale (si veda infra).

Nel 2003 le spese di personale sono aumentate del 17,8%, passando da 199,4 a 235 milioni di euro. L'incremento rispetto all'anno scorso è determinato in parte dal costo del personale delle filiali acquisite ed in parte dai contributi previdenziali al Fondo Integrazione Pensioni (13,8 milioni contro 1,7 milioni nel 2002).

La componente principale delle spese di personale è costituita dai salari e stipendi, che raggiungono i 153,7 milioni, contro i 138,2 milioni dell'anno precedente (+11,2%).

3.1.15. Sistemi di incentivazione

Nel 2003 sono stati applicati in Carige sistemi incentivanti che hanno riguardato tutti i settori aziendali e quindi sono stati destinati a tutti dipendenti. Essi sono stati funzionali al perseguimento dei diversi obiettivi correlati alle scelte strategiche della Banca. In particolare tali sistemi hanno riguardato:

- il personale assegnato alla rete commerciale;
- il personale delle Direzioni e/o Strutture Funzionali di Sede;
- il personale del Servizio di Consulenza Finanziaria Personalizzata ("Consulenti Private");
- il personale del Servizio di Consulenza Finanziaria Medie Imprese ("Team Corporate").

Per tutti i sistemi attivati l'erogazione del premio era correlata a tre fattori: 1) raggiungimento di un indicatore di *performance* economica della Banca; 2) posizionamento competitivo del Gruppo Banca Carige rispetto ad un *peer group* di gruppi bancari simili per dimensioni gestite e complessità di *business*; 3) *performance* complessiva ottenuta dalla singola unità destinataria di obiettivi (U.D.O) nel raggiungimento degli obiettivi attribuiti alla stessa. Tutti i sistemi incentivanti erano basati sul grado di raggiungimento degli obiettivi inseriti in un sistema di *Balanced Score Card* (BSC) che ha riguardato i seguenti profili:

- economico finanziario: legato allo sviluppo dei volumi di attività di competenza e/o ai margini generati dalla gestione e/o al contenimento del rischio e/o al controllo dei costi, ecc.;
- cliente/commerciale, legato alla crescita, fidelizzazione e soddisfazione della clientela esterna e/o interna;
- processi, legato al miglioramento della produttività e dell'efficienza operativa e/o allo sviluppo e realizzazione di progetti prioritari definiti in ambito aziendale;
- risorse umane, legata al rispetto dei piani formativi ed all'ottimizzazione dei carichi di lavoro.

Il sistema incentivante strutturato secondo il modello della BSC contribuirà a sviluppare una omogenea cultura aziendale ed a guidare i comportamenti verso la realizzazione delle strategie.

3.1.16. Sicurezza e salute sul luogo di lavoro

La sicurezza e la salute dei lavoratori negli ambienti di lavoro, come intesa dal D.Lgs. 626/94 (Sicurezza e salute sui luoghi di lavoro) rientrano tra gli obiettivi prioritari della Banca. A tal fine – come ribadito dal Codice Etico – la Banca si impegna a creare un ambiente di lavoro adeguato dal punto di vista della sicurezza e della salute psico – fisica, contrastando comportamenti discriminatori o lesivi della dignità della persona e, in particolare, ogni forma di molestia. Il medico competente vigila sull'adempimento delle norme di sicurezza e di igiene nei vari luoghi di lavoro ed il delegato aziendale alla sicurezza redige il documento per la valutazione del rischio.

Nell'ottica di una migliore tutela della salubrità del posto di lavoro, è stato introdotto il divieto di fumare nei locali aziendali.

La Carige ha da tempo adottato le più avanzate tecniche di prevenzione e dissuasione per gli atti criminosi, collegando ogni filiale con il sistema centrale di allarme. Inoltre, in ogni filiale è presente un sistema di video registrazione e le casseforti sono protette da sistemi di apertura ritardata.

3.1.17. Contenzioso

Il contenzioso individuale relativo a questioni afferenti il rapporto di lavoro è assai limitato ed alla fine del 2003 erano in vita solo poche cause (5), tre delle quali riguardanti aspetti marginali, una relativa all'accertamento di legittimità di un licenziamento ed infine una causa collettiva promossa da ex dipendenti circa questioni applicative del regolamento del Fondo pensionistico, già decisa favorevolmente alla Banca in primo grado e della quale è pendente il giudizio di secondo grado.

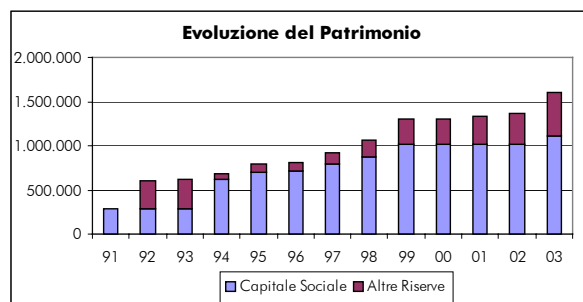
3.2. Banca e azionisti/soci

3.2.1. Linee politiche coerenti con i valori di riferimento

Nel 1991, a seguito della L. 218/90 (c.d. legge Amato - Carli) la Cassa di Risparmio di Genova e Imperia, ha adottato il modello di società per azioni (SpA).

L'operazione ha visto il conferimento dell'azienda bancaria da parte della Cassa di Risparmio di Genova e Imperia in una società per azioni di nuova costituzione, la Banca Carige SpA, e la ridefinizione dell'oggetto sociale e dell'organizzazione dell'ente conferente, la Fondazione Cassa di Risparmio di Genova e Imperia, divenuta azionista unico della Banca.

Tra il 1994 e il 2002 la Fondazione ha condotto il processo di privatizzazione della Banca riducendo la propria quota di proprietà attraverso successivi aumenti del capitale sociale della controllata, con contestuale rinuncia all'esercizio del diritto d'opzione sulle azioni possedute, e la conversione di parte delle azioni ordinarie possedute in azioni di risparmio; tra le modalità di privatizzazioni fu scelta questa via rispetto a quella alternativa della vendita delle azioni detenute dalla Fondazione, in quanto ritenuta maggiormente idonea, da un lato, a rafforzare la struttura patrimoniale della Banca e, dall'altro lato, a valorizzare il principale asset in cui è investito il patrimonio della Fondazione.



In questo contesto si inquadra l'Offerta Pubblica di Sottoscrizione (OPS), realizzata nel dicembre 1994, destinata ad operatori privati, con lo scopo di allargare la base azionaria trasformando in azionisti della Banca clienti e dipendenti, rafforzando e consolidando il legame con la Carige in un'ottica di lungo periodo. Il debutto sulla Borsa Valori di Milano dell'azione Banca Carige è avvenuto il 17 gennaio 1995. Tra la fine del 1997 e metà del 1999, la liquidità e la visibilità del titolo Carige furono ulteriormente rafforzate con l'aumento di capitale sociale riservato agli investitori istituzionali, italiani ed esteri. Il successo di tale operazione consentì di proseguire sulla strada della privatizzazione, allargando ulteriormente la compagine azionaria agli investitori istituzionali e in particolare al gruppo svizzero La Basilese, che divenne in allora il secondo azionista della Banca. Sempre in quest'ottica nel

1999 è stato realizzato un ulteriore passaggio, sia verso l'aumento del grado di internazionalizzazione della Banca, sia verso l'allargamento della compagine proprietaria, accompagnato dal rafforzamento patrimoniale. Nel quadro di accordi di collaborazione strategica e operativa, sottoscrissero quote di capitale della Carige, i nuovi soci francesi del CNCEP e del CDC, in rappresentanza del mondo delle casse di risparmio francesi, e i tedeschi della WestLB per le casse di risparmio tedesche, mentre gli spagnoli della Caja de Ahorros de Sevilla entrarono nel capitale della Carige acquisendo una quota di partecipazione sul mercato.

Nel 2002 la Fondazione imprese un'accelerazione alla privatizzazione della Carige deliberando di scendere sotto il 50% del capitale sociale tramite la vendita sul mercato di parte delle azioni possedute e la parziale conversione delle azioni ordinarie in azioni di risparmio.

La vendita delle azioni è avvenuta per una parte pari al 4,25% circa del capitale sociale mediante cessione progressiva sul mercato mentre una quota pari al 2% del capitale sociale è stata ceduta a Cattolica Assicurazioni ed un ulteriore 2% a WestLB.

All'operazione di conversione delle azioni ordinarie in azioni di risparmio la Fondazione ha aderito convertendo 138.945.555 azioni ordinarie.

A seguito di tali operazioni la Fondazione è giunta a detenere una quota del 43,3% del capitale ordinario della Banca, rispettando i dettami della normativa sulle fondazioni bancarie.

L'evoluzione del numero degli azionisti dal socio unico Fondazione agli attuali 33.000 circa esprime il miglior attestato di fiducia nei confronti della Banca e di consenso alla sua missione aziendale.

Il successo dell'operazione di rafforzamento patrimoniale realizzata nell'ultimo trimestre del 2003 può senz'altro considerarsi un rinnovamento della fiducia e dell'apprezzamento accordate all'azienda.

L'operazione, svoltasi tra il 17 novembre 2003 e il 5 dicembre 2003, è consistita nell'emissione di n. 79.991.450 azioni ordinarie, di n. 12.785.775 azioni di risparmio convertibili e di n. 40.821.979 obbligazioni del prestito "Banca Carige 1,50%, 2003 - 2013 subordinato ibrido

con premio al rimborso convertibile in azioni ordinarie".

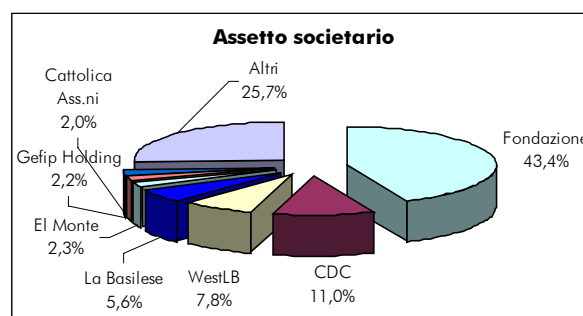
Le azioni ordinarie e di risparmio sono state offerte in opzione agli azionisti in ragione di 1 nuova azione ogni gruppo di 11 azioni della medesima categoria possedute ad un prezzo unitario di 2,20 euro, comprensivo di sovrapprezzo mentre le obbligazioni sono state offerte in opzione agli azionisti in ragione di 1 obbligazione ogni gruppo di 25 azioni ordinarie o di risparmio possedute prima dell'aumento di capitale. Queste saranno convertibili in azioni ordinarie a partire dal 2006 in ragione di 1 azione ordinaria per ogni obbligazione posseduta, hanno valore nominale unitario di 2,50 euro, durata di 10 anni, tasso di interesse dell'1,50% annuo lordo, premio al rimborso con una maggiorazione del 16% rispetto al valore nominale.

3.2.2. Composizione percentuale del capitale sociale

Al 31/12/2003 il capitale sociale della Banca risulta pari a 1.113.326.839 euro composto da n. 959.897.518 azioni ordinarie del valore nominale di 1 euro ciascuna e da n. 153.429.321 azioni di risparmio convertibili del valore nominale di 1 euro ciascuna.

A queste ultime spetta un dividendo maggiorato del 2% annuo del valore nominale.

La compagine azionaria riferita al capitale ordinario della Banca successivamente all'operazione di aumento di capitale realizzata nell'ultimo trimestre del 2003 è la seguente.



La Fondazione Cassa di Risparmio di Genova e Imperia detiene il 43,37% del capitale, il Gruppo francese CDC (nel quale è confluita anche la partecipazione detenuta da CNCEP) detiene l'11,02%, la tedesca WestLB il 7,76%, il Gruppo di Assicurazioni La Basilese il 5,63%, la spagnola El Monte il 2,31%, la belga Gefip Holding il 2,23% e l'italiana Cattolica

Assicurazioni il 2,00%. Il restante 25,68% è posseduto da piccoli azionisti e investitori istituzionali.

3.2.3. Remunerazione del capitale investito

Nonostante la debolezza del ciclo economico che ha caratterizzato anche il 2003 e il verificarsi di alcuni fenomeni di sistema quali la flessione dei mercati borsistici nel primo

semestre, alcuni scandali finanziari di importanti gruppi industriali italiani e la discesa dei tassi di interesse che si sono riflessi negativamente sul margine di interesse, sui ricavi da servizi, sulla gestione dei titoli di proprietà e sulla redditività del sistema bancario nel suo complesso, l'utile d'esercizio realizzato dalla Banca è cresciuto dell'1,3% rispetto al 2002, a 106,2 milioni di euro, consentendo di mantenere invariato rispetto all'anno precedente il dividendo pagato agli azionisti.

Remunerazione agli azionisti

	2001	2002	2003
Dividendo unitario azioni ordinarie (€)	0,0723	0,0723	0,0723
Dividendo unitario azioni di risparmio (€) (*)	-	0,0823	0,0923
Numero totale azioni	1.020.549.614	1.020.549.614	1.113.326.839
di cui: numero azioni ordinarie	1.020.549.614	879.906.068	959.897.518
numero azioni di risparmio	-	140.643.546	153.429.321
Dividendi pagati (migliaia €)	73.786	75.192	83.562
Utile netto (migliaia €)	103.545	104.823	106.199
Pay out	71,3%	71,7%	78,7%
Earning per Share (€)	0,101	0,103	0,095

Avvertenza: contestualmente alla conversione in euro del capitale sociale, a partire da 1° gennaio 2002, è stato realizzato un frazionamento delle azioni che è risultato nella sostituzione di ogni vecchia azione del valore nominale di lit. 10.000 con 5,18 azioni del valore di 1 euro ciascuna; di conseguenza dal 1° gennaio 2002 il numero delle azioni è passato da 197.017.340 a 1.020.549.614.

(*) Le azioni di risparmio hanno diritto ad un dividendo maggiorato del 2% annuo del valore nominale delle azioni, salvo per il solo esercizio 2002, per il quale si faceva riferimento ad un solo semestre (1/7-31/12/2002) e quindi la maggiorazione è stata pari all'1% del valore nominale medesimo.

3.2.4. Partecipazione dei soci al governo dell'impresa e tutela delle minoranze

La Carige aderisce al Codice di Autodisciplina delle Società Quotate (c.d. Codice Preda). Per quanto riguarda la trasparenza ed il rapporto con gli investitori istituzionali e gli altri soci, da lungo tempo questi aspetti sono gestiti da apposite strutture aziendali (*Investor relation* e *Rapporti con i Soci*).

Al riguardo viene predisposta una relazione annuale sulla Corporate Governance depositata presso la Borsa Italiana SpA e messa a disposizione dei soci unitamente alla documentazione prevista per l'Assemblea di bilancio, nonché pubblicata sul sito *internet* della Banca.

Con riferimento alla trasparenza della procedura per la nomina degli Organi sociali, si evidenzia che lo Statuto della Carige prevede il meccanismo del voto di lista, sia per l'elezione del Collegio Sindacale, in adempimento alle prescrizioni a tutela delle minoranze previste nel D. Lgs. 58/98, sia per l'elezione del Consiglio di Amministrazione, in maniera tale da dare un'adeguata rappresentanza a tutte le componenti della compagine sociale. In entrambi i casi è previsto il deposito, almeno dieci giorni prima dell'Assemblea, delle liste con le proposte di nomina, accompagnate da un'esauriente informativa riguardante le caratteristiche personali e professionali dei candidati, così come raccomandato dal Codice di Autodisciplina.

A tale proposito, si fa presente che, dal giugno 1998, è operativa l'Associazione Azionisti della Banca Carige SpA, costituita ai sensi del citato D. Lgs. 58/98, con lo scopo di rappresentare i risparmiatori piccoli azionisti e di tutelarne gli interessi nonché di contribuire alla difesa dell'autonomia della Banca. L'Associazione, per il perseguimento dei suddetti scopi, può procedere, fra l'altro, alla raccolta delle deleghe di voto. Al riguardo si ricorda che essa ha già concorso, mediante presentazione, di concerto con altri soggetti, di una propria lista di candidati, ai sensi delle vigenti disposizioni statutarie alla nomina dell'attuale Consiglio di Amministrazione e dell'attuale Collegio Sindacale.

3.2.5. Servizi e agevolazioni riservate ai soci

Le agevolazioni riconosciute dalla Banca alla propria clientela azionista consistono nel riconoscimento di condizioni speciali su prestiti personali, polizze custodia titoli, carte Bancomat e cassette di sicurezza. Inoltre gli azionisti della Banca possono usufruire di condizioni favorevoli sulle polizze assicurative emesse dalla Carige Assicurazioni.

3.2.6. Investor relations

La Banca, fin dalla sua quotazione in Borsa, ha sentito forte l'esigenza di mantenere strette le relazioni sia con gli azionisti, sia con il mercato in generale.

Ha così costituito al proprio interno – in anticipo rispetto alle indicazioni formulate dalla Borsa Italiana SpA in tema di corporate governance nel Codice di Autodisciplina delle Società Quotate – una struttura interna dedicata all'attività di *investor relations* con la funzione di seguire i rapporti con gli investitori istituzionali e le società di *rating* e gli analisti finanziari.

Oltre a curare la tempestiva diffusione delle informazioni relative all'evoluzione dell'attività aziendale, periodicamente la funzione *investor relator* organizza incontri con la comunità finanziaria, gli analisti e gli investitori, per esporre i risultati consuntivi e previsionali della Banca e le strategie future. Parte di tali incontri vengono organizzati in collaborazione con AIAF e Assogestioni. Inoltre, al fine di relazionarsi più efficacemente con l'intero mercato, è stata

creata all'interno del sito *internet* della Banca una apposita sezione dedicata a tale attività.

La Banca offre anche ai piccoli azionisti l'opportunità di dialogare direttamente con la Banca mediante una linea verde dedicata a cui risponde la struttura interna "Rapporti con i soci".

3.2.7. Comunicazione e informazione

Informativa principale nelle relazioni tra società ed azionista è il Bilancio di esercizio, corredato dalle relazioni periodiche del Consiglio di Amministrazione, che Carige, in quanto società quotata, ai sensi dell'art. 82 della Delibera Consob n. 11971/99 (regolamento di attuazione del T.U. della Finanza), redige trimestralmente. Tale documento viene messo a disposizione del pubblico non soltanto secondo le modalità previste (deposito presso la Borsa Italiana ed emissione di un comunicato stampa), ma anche mediante la pubblicazione integrale sul sito web della Banca (www.carige.it), dove sono a disposizione del pubblico tutte le relazioni periodiche ed i bilanci pubblicati a partire dal 1996, a conferma dell'importanza che la Carige attribuisce al valore della trasparenza.

Per consentire la lettura del bilancio anche ai *partner*, agli analisti e agli investitori stranieri, esso viene redatto anche in lingua inglese e messo a disposizione del pubblico sul sito *internet*.

Al fine di agevolare la comprensione di argomenti di per se stessi assai tecnici, quali quelli riferiti al consuntivo economico-patrimoniale della società, viene predisposta con cadenza semestrale una "Lettera agli Azionisti", che si caratterizza per essere redatta in un linguaggio il più possibile chiaro ed efficace anche per i non addetti ai lavori.

Inoltre, ogni anno, in prossimità della dichiarazione dei redditi, la Banca invia ai propri azionisti una lettera contenente le indicazioni per l'eventuale dichiarazione del dividendo percepito nel modello 730 ovvero nel modello Unico.

3.2.8. Contenzioso e litigiosità

Nel corso del 2003 non sono emersi elementi rilevanti di contenzioso tra gli azionisti e la Banca.

3.3. Banca e clienti

3.3.1. Linee politiche coerenti con i valori di riferimento

La centralità della persona-cliente, valorizzata attraverso la soddisfazione dei suoi bisogni finanziari e la cura degli aspetti relazionali, rappresenta un caposaldo dell'intera strategia della Banca.

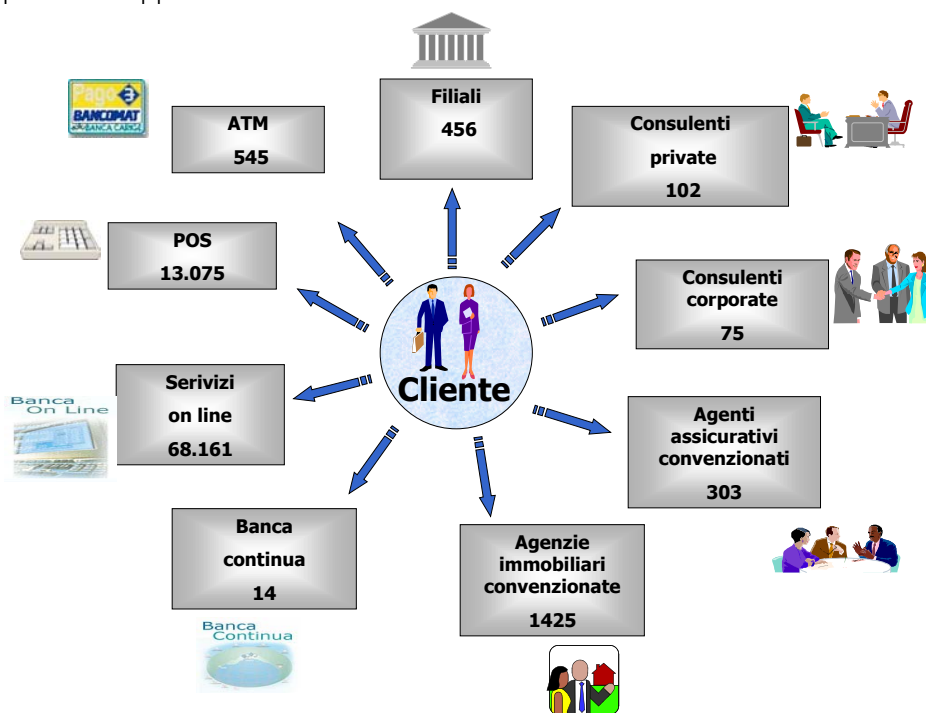
I rapporti intrattenuti con la clientela, come evidenziato dal Codice Etico, sono informati a lealtà, trasparenza e riservatezza e caratterizzati da cortesia e professionalità, al fine di consolidare il rapporto di fiducia e promuovere così l'immagine della Banca.

Per favorire scelte consapevoli da parte dei clienti e fornire loro risposte soddisfacenti, il personale preposto ai rapporti con la clientela

è tenuto ad informarsi ed aggiornarsi per fornire indicazioni quanto più possibile chiare, complete e comprensibili all'interlocutore.

La creazione di un sistema distributivo multicanale integrato, basato sia sull'espansione della rete di vendita fisica, sia sullo sviluppo di soluzioni tecnologiche avanzate, l'individuazione di segmenti omogenei di clientela e l'offerta di un'ampia gamma di prodotti e servizi sono stati concepiti con l'obiettivo di contemperare sempre di più le esigenze di servizio e soddisfazione della clientela, con la necessità di efficienza della Banca.

Le scelte operate, infatti, hanno lo scopo di personalizzare in misura crescente la relazione con il cliente, puntando sia sulla qualità dei prodotti, sia sulla capacità di comunicazione, affinché la Carige diventi la Banca di riferimento per tutte le esigenze finanziarie.



Dati riferiti al Gruppo Banca Carige

3.3.2. Caratteristiche ed analisi della clientela

I clienti, intesi quali persone fisiche, giuridiche ed enti, titolari di almeno un rapporto con la Banca, al 31/12/2003, sono oltre 785.000, di

cui quasi 600 mila sono titolari di un conto corrente. La ripartizione della clientela tra aziende e privati mostra una netta preponderanza di questi ultimi, che rappresentano circa il 93% della clientela.

Numero rapporti - distribuzione per natura giuridica

	31/12/03			
	n° clienti	%	di cui con c/c	%
Persone fisiche	730.605	93,0%	548.940	92,6%
Società di capitale	18.395	2,3%	13.993	2,4%
di cui: SpA	3.246	0,4%	1.855	0,3%
Srl	15.140	1,9%	12.129	2,0%
altre	9	0,0%	9	0,0%
Società di persone	17.826	2,3%	13.842	2,3%
Società cooperative	1.406	0,2%	1.206	0,2%
Società estere	373	0,0%	73	0,0%
Enti pubblici	16.676	2,1%	14.809	2,5%
Totale	785.281	100,0%	592.863	100,0%

A fine anno le Attività Finanziarie Intermedie per conto della clientela (AFI), ammontano a 22.792,5 milioni di euro; di queste 10.025,4 sono rappresentate da raccolta diretta, comprendente 5.957,9 milioni di depositi da clientela e 4.067,5 milioni di debiti rappresentati da titoli, e 12.767,1 milioni sono costituiti da raccolta indiretta. Gli impieghi a clientela sono pari a 9.247,1 milioni di euro. La distribuzione per settori economici evidenzia una

concentrazione della raccolta diretta ed indiretta nei confronti delle famiglie consumatrici (in media il 77,9%) e nei confronti delle società finanziarie (in media il 9,1%). Dal punto di vista degli impieghi, invece, il primo settore di attività oggetto di finanziamento è quello produttivo (società non finanziarie, famiglie produttrici ed artigiani), con un peso del 59,7%, mentre le famiglie consumatrici rappresentano il 22,7% del totale crediti.

Raccolta e impieghi - distribuzione settoriale al 31/12/2003

	Raccolta diretta (1)		Raccolta indiretta		Impieghi (2)	
	milioni di Euro	%	milioni di Euro	%	milioni di Euro	%
Amministrazioni pubbliche	192,4	3,2%	173,7	1,4%	1.070,0	11,6%
Società finanziarie	221,1	3,7%	1.485,7	11,6%	256,7	2,8%
Società non finanziarie e famiglie produttrici	1.122,2	18,8%	542,9	4,3%	5.529,2	59,7%
Istituzioni sociali private ed unità n.c.	190,8	3,2%	95,6	0,7%	30,2	0,3%
Famiglie consumatrici	4.144,7	69,6%	10.433,4	81,7%	2.088,8	22,7%
Totale residenti	5.871,2	98,5%	12.731,3	99,7%	8.974,9	97,1%
Resto del mondo	86,7	1,5%	35,8	0,3%	272,2	2,9%
Totale	5.957,9	100,0%	12.767,1	100,0%	9.247,1	100,0%

(1) Voce 20 del passivo patrimoniale.

(2) Voce 30 dell'attivo patrimoniale al lordo delle presunte perdite ed inclusa l'attività di leasing.

La distribuzione di raccolta ed impieghi per area geografica indica la prevalenza quantitativa della Liguria, anche se, in seguito all'espansione della Banca su scala nazionale, le altre regioni

stanno assumendo un peso sempre più rilevante (in particolare Lazio, Lombardia, Piemonte, Sicilia ed Emilia Romagna).

Raccolta e impieghi - distribuzione territoriale al 31/12/2002

	Raccolta diretta (1)		Raccolta indiretta		Impieghi (2)	
	milioni di Euro	%	milioni di Euro	%	milioni di Euro	%
Liguria	7.513,5	75,1%	10.451,9	81,9%	5.788,2	62,8%
Lazio	635,0	6,3%	554,7	4,3%	379,2	4,1%
Sicilia	485,0	4,8%	370,2	2,9%	166,1	1,8%
Lombardia	391,4	3,9%	407,3	3,2%	1.242,0	13,4%
Piemonte	322,6	3,2%	407,7	3,2%	484,0	5,2%
Emilia Romagna	185,2	1,8%	180,9	1,4%	556,4	6,0%
Puglia	152,3	1,5%	94,7	0,7%	78,5	0,8%
Veneto	117,1	1,2%	106,7	0,8%	146,6	1,6%
Sardegna	95,1	1,0%	30,4	0,2%	74,7	0,8%
Marche	52,7	0,5%	107,1	0,8%	122,1	1,3%
Toscana	21,9	0,2%	15,9	0,1%	40,0	0,4%
Umbria	19,9	0,2%	32,4	0,3%	82,4	0,9%
Totale Italia	9.991,7	99,7%	12.759,9	99,9%	9.160,2	99,1%
Esteri	33,7	0,3%	7,2	0,1%	86,9	0,9%
Totale raccolta diretta	10.025,4	100,0%	12.767,1	100,0%	9.247,1	100,0%

(1) Voci 20 e 30 del passivo patrimoniale.

(2) Voce 30 dell'attivo patrimoniale al lordo delle presunte perdite ed inclusa l'attività di leasing.

3.3.3. Condizioni negoziali

Particolare attenzione è posta alla "trasparenza delle condizioni applicate alla clientela". A tale fine la Banca ha adottato delle soluzioni operative relativamente ai tre cardini intorno ai quali ruota la disciplina della trasparenza: pubblicità, contratti e comunicazioni periodiche alla clientela.

Nel rispetto di detta disciplina, la Banca espone in tutti i locali aperti al pubblico, oltre all'avviso riportante i diritti e gli strumenti di tutela riconosciuti alla clientela dalla legislazione vigente, i fogli informativi recanti ogni utile indicazione in ordine ai singoli prodotti e servizi commercializzati, con particolare riguardo alle condizioni economiche praticate ed alle clausole giuridiche regolanti il rapporto.

Nella predisposizione della contrattualistica, la Banca privilegia forme espositive di facile lettura, mettendo in giusta evidenza le previsioni maggiormente onerose per la clientela; in ogni caso, il contratto viene fatto sottoscrivere al cliente solo dopo che questi abbia preso visione del suo contenuto. Eventuali variazioni sfavorevoli vengono portate a conoscenza del cliente mediante comunicazione scritta inoltrata al domicilio da questi indicato oppure, ove trattasi di variazioni riguardanti la generalità della clientela (come ad esempio la variazione dei tassi di interesse), tramite pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale, con riconoscimento, in ogni

caso, di un termine non inferiore a 15 giorni per l'eventuale recesso.

Oltre a ciò, la Banca ha aderito al Codice di Condotta Europeo in materia di informativa precontrattuale sui mutui destinati all'acquisto o alla trasformazione di immobili residenziali, e garantisce quindi la massima trasparenza e comparabilità delle informazioni relative alle varie tipologie di mutui offerte alla clientela.

Essa ha altresì aderito a tutte le varie iniziative promosse dall'ABI nell'ambito del progetto denominato "Patti Chiari", con l'obiettivo di fornire al pubblico la possibilità di comprendere a fondo la vera sostanza dei prodotti bancari, avere una chiara consapevolezza delle proprie scelte e delle connesse implicazioni, comparare agevolmente l'offerta di più banche ed essere libero di scegliere il prodotto più adatto alle sue specifiche esigenze.

Le attività connesse al suddetto progetto sono riconducibili ai seguenti tre macro-settori di intervento: per il credito, una chiara descrizione del processo e dei criteri di affidamento e la possibilità di confrontare attraverso una comparazione omogenea i tempi medi di delibera dichiarati da ciascuna banca; per il risparmio, l'elaborazione a livello di settore di un elenco di obbligazioni a minor rischio/rendimento con l'obiettivo di creare una reale consapevolezza nella clientela circa il diverso grado di rischio degli strumenti finanziari e la creazione di una informativa standard da fornire ai sottoscrittori di obbligazioni strutturate

e subordinate; per i servizi, predisposizione a livello di settore di uno strumento di comparazione degli specifici contenuti di servizio di prodotti di conto corrente e dei relativi costi; l'offerta sul mercato di un "servizio bancario di base" avente l'obiettivo di favorire la prima bancarizzazione di fasce sociali oggi escluse dal circuito finanziario; il monitoraggio *on line* della funzionalità degli ATM e la certezza dei tempi di disponibilità delle somme versate tramite assegno.

Infine, la Banca si è dotata di un Codice Etico, nel quale ha enunciato i valori di riferimento cui essa si ispira (in quanto organismo finalizzato non solo a perseguire obiettivi di natura reddituale, bensì anche ad assolvere una funzione sociale) e ha indicato le regole cui, coerentemente con siffatti valori, debbono uniformare la propria condotta amministratori, dirigenti, personale e collaboratori.

3.3.4. Marketing development

Per soddisfare al meglio le aspettative dei clienti sono state attivate soluzioni innovative, quali l'individuazione di segmenti di clientela *target* e lo sviluppo di canali innovativi, che si inseriscono nel più generale programma di revisione del sistema distributivo in ottica multicanale integrata.

La Banca, infatti, ha riorganizzato l'assetto distributivo della rete di vendita tradizionale, al fine di poter implementare l'attività di segmentazione della clientela. Tale progetto è iniziato a fine 1999 ed ha determinato, dapprima, l'istituzione del servizio di consulenza finanziaria personalizzata per la clientela privata ad elevato profilo finanziario (clienti *private*), e, successivamente nel corso del 2001, l'istituzione del servizio di consulenza finanziaria imprese (clienti *corporate*).

In particolare, il servizio consulenza *private*, già attivo nelle aree della Liguria, della Lombardia, della Sicilia, del Lazio, dell'Emilia Romagna e della Puglia, nel 2003 è stato esteso ad altre regioni quali il Veneto, il Piemonte, l'Umbria e le Marche e conta a fine anno su 93 consulenti distribuiti su 36 distretti, sotto la responsabilità dei direttori funzionali delle aree territoriali interessate.

Il servizio consulenza finanziaria imprese, introdotto in Liguria nel 2001, è entrato progressivamente a regime ed è stato esteso alle imprese dell'area lombarda e quindi nel

corso del 2003 a Piemonte, Emilia Romagna, Veneto e Marche e consta di 75 consulenti attivi in 36 distretti.

Lo sviluppo dei canali innovativi *online*, fin dalle prime fasi progettuali, è stato concepito in una logica di multicanalità integrata con lo scopo di permettere al cliente di gestire tutti i rapporti che intrattiene con la Banca attraverso l'utilizzo di una pluralità di strumenti: i tradizionali sportelli gli ATM, i POS, la banca continua e i servizi di *e-banking* e *call center*.

A tale proposito, nel luglio 2000 è stato attivato il servizio *Carige Online* che consente l'operatività via *internet* tramite il sito www.carige.it; il servizio è stato oggetto di successive integrazioni ed attualmente presenta requisiti di completezza, diffusione e sicurezza. L'attività dell'anno è stata caratterizzata dall'introduzione del servizio *Online Business*, dedicato alle imprese, che ha affiancato il servizio *Online Family*, dedicato ai privati. Il servizio *Online Business* – che costituisce la naturale evoluzione del servizio di *home banking* - è stato sviluppato per offrire alle imprese ed ai liberi professionisti un servizio *internet* che risponda alle loro specifiche esigenze, a supporto della propria attività lavorativa.

Nel settembre 2001 ha poi avuto inizio l'operatività del *call center*, una vera e propria banca telefonica, che permette di effettuare una rilevante serie di operazioni ed ottenere informazioni con rapidità e professionalità. Fondamentale è il rapporto umano garantito al cliente dal contatto con l'operatore del *call center*, che risponde anche quando la filiale è chiusa, senza fare attendere il cliente e, soprattutto, con la massima cortesia e disponibilità. Inoltre attraverso questo servizio è possibile condurre azioni di sviluppo nei confronti, sia di potenziali clienti, al fine di supportare l'acquisizione di clientela in aree di nuovo insediamento, sia di clienti, per informarli sui nuovi prodotti e su iniziative promozionali.

I tre aspetti su cui la Carige concentra l'azione di sviluppo dei canali *online* riguardano:

- la gamma dei prodotti: la Banca ha sostenuto un'evoluzione progressiva dell'offerta dai servizi informativi a quelli transazionali e da quelli più semplici a quelli più complessi. La Carige si ripropone di duplicare *online* la gamma offerta *off line* consentendo al cliente la scelta, senza vincoli produttivi, del canale preferito;

- il *pricing*: la Banca, in piena trasparenza, propone al cliente servizi *online* e servizi allo sportello caratterizzati da prezzi diversi: più bassi nel primo caso e più elevati nel secondo;
- la promozione: la Banca sviluppa un'azione di *marketing* prevalentemente nei confronti della propria clientela al fine di favorire lo spostamento dell'operatività dai canali *off line* a quelli *online*.

I risultati ottenuti fino ad oggi confermano la validità delle strategie sviluppate da Carige: l'operatività di *internet*, infatti, si presenta in continua espansione, sia nel numero di clienti attivi, sia nel numero di operazioni effettuate, dispositive ed informative.

L'approccio al cliente può avvenire anche tramite i canali costituiti dalle 416 agenzie assicurative, e le 1.425 agenzie immobiliari convenzionate con la Banca per la commercializzazione dei mutui ipotecari.

Per sfruttare a pieno le sinergie con la rete assicurativa del Gruppo è in corso di sviluppo il "Progetto Assurbanca" che ha ricevuto un nuovo impulso nell'ultimo trimestre del 2003 con l'iniziativa "Insieme di più", per la vendita incrociata dei prodotti: i prodotti bancari e finanziari saranno collocati anche dagli agenti assicurativi alla propria clientela analogamente a quanto avviene già per i prodotti assicurativi, collocati anche dalla rete degli sportelli bancari. Ciò consentirà di aumentare significativamente e con costi contenuti i punti di vendita della Banca nel campo dei prodotti di raccolta diretta, impiego, risparmio gestito ed amministrato e di altri servizi prevalentemente nell'area dei pagamenti (POS, Bancomat, carte di credito e debito). Agli agenti può essere affidato l'incarico di svolgere attività di collocatore, segnalatore o promotore finanziario. 290 degli agenti assicurativi del Gruppo sono già stati convenzionati per la vendita di prodotti bancari e tra questi 35 hanno acquisito l'abilitazione a promotore finanziario. Per eliminare le distanze geografiche e facilitare gli adempimenti amministrativi e formativi con le agenzie è stato realizzato un apposito applicativo con tecnologia *internet*. Inoltre, nell'ambito del *marketing*, è stata creata un'Agenzia Bancaria Centralizzata virtuale che provvede operativamente all'esecuzione di tutte le operazioni di negoziazione e sottoscrizione effettuate dalla rete agenti e cura la gestione

completa dei clienti delle agenzie assicurative non prossime a filiali Carige.

Il canale di vendita degli agenti immobiliari, attivato a partire dalla metà del 2000, si è sviluppato costantemente sia come numero di convenzionamenti, sia come numero di contratti di mutuo stipulati.

Durante l'anno sono state realizzate due campagne di marketing rivolte, da un lato alla ricerca della nuova clientela ("Sviluppo clienti") e, dall'altro lato, alla fidelizzazione della clientela esistente ("Cross selling di sportello"). La prima campagna è stata realizzata per le dipendenze extraliguri, con l'offerta di nuovi prodotti e specifiche politiche di prezzo, soprattutto nell'ambito della raccolta del risparmio. L'obiettivo è stato quello di rendere maggiormente visibile Carige sulle nuove piazze aperte e/o acquisite di recente con prodotti e messaggi pubblicitari di forte richiamo. La campagna "Cross selling di sportello" è stata avviata dapprima sulla rete ligure e, successivamente, su quella fuori Liguria, con lo scopo di aumentare il numero medio dei prodotti posseduti dai clienti. Particolare importanza ha rivestito la commercializzazione di due prodotti "a pacchetto", denominati "Carige Casa" e "Carige Mix". Il primo è composto da un mutuo a condizioni agevolate per l'acquisto della casa e da un conto corrente senza spese con la possibilità di ottenere uno scoperto di conto corrente. Il secondo è invece costituito da un conto corrente abbinato ad un prodotto di raccolta a marchio Carige, ed è stato dedicato ad alcune regioni di recente insediamento.

Le politiche di prodotto si sono concretizzate nella realizzazione di nuovi prodotti e nel *restyling* di altri già commercializzati. In particolare i prodotti oggetto di attenzione sono stati:

- mutui alle famiglie per l'acquisto dell'abitazione: nel 2003 sono risultate particolarmente gradite due nuove tipologie di mutuo denominate "Mutuo 100%", che consente il finanziamento dell'intero valore cauzionale dell'immobile offerto in garanzia, e "Mutuo con il tetto", che offre sicurezza alla clientela in caso di futuri rialzi dei tassi. Nell'ottica di acquisire nuova clientela soprattutto nelle aree di più recente insediamento ed instaurare un nuovo approccio con i clienti, è stata attivata la collaborazione con il portale

www.telemutuo.it per formulare *on line* commerciali personalizzate di mutui casa;

- investimenti: è rimasta costante l'attenzione alle diverse tipologie di obbligazioni Carige (tasso fisso, tasso variabile, *step up*, strutturate, *zero coupon*) dedicate alla clientela che desidera un investimento sicuro che garantisca la completa restituzione della somma investita oltre ad una remunerazione interessante;
- risparmio gestito: in un contesto economico caratterizzato da un perdurante andamento negativo dei mercati borsistici, la Banca, avvertita l'esigenza dei clienti di salvaguardare il valore dei propri investimenti, ha ideato alcuni prodotti che assicurano la restituzione del capitale investito e la corresponsione di un rendimento minimo e la possibilità di sfruttare eventuali riprese dei mercati. Gli interventi più rilevanti hanno riguardato il comparto dei prodotti di *bancassurance*, in particolare a capitale protetto: nel 2003 la gamma delle polizze *index linked* è stata ampliata da due polizze a capitale garantito denominate "Carige Index Reddito e Garanzia" (garanzia del capitale e di una cedola fissa annua, rendimento a scadenza legato all'andamento dell'indice DJ Eurostoxx50) e "Carige Index Euro/Dollaro 095" (garanzia del capitale e di una cedola fissa annua, rendimento a scadenza legato al recupero del dollaro sull'euro); la gamma delle polizze *unit linked* è stata arricchita con la polizza "Carige Unit 3G" (garanzia del capitale, rivalutazione del capitale a scadenza con scelta della migliore tra tre alternative). Anche il comparto delle gestioni patrimoniali è stato caratterizzato dalla commercializzazione di prodotti con protezione del capitale quali "GP Dinamica e Garantita", "GP Soluzione Protetta" e "GP Trapianto Sicuro". Sono state inoltre commercializzate quattro nuove linee di investimento di gestioni patrimoniali tradizionali a medio/basso livello di rischio denominate "GPF Easy" caratterizzate da contenute soglie di investimento, destinati alla clientela *retail*.
- area previdenziale: si è cercato di diffondere maggiormente la conoscenza del Fondo Pensione Aperto Carige tra il pubblico, mediante una più ampia attività pubblicitaria;

- sistemi di pagamento: Carige aderisce al "Progetto Microcircuit" avviato dall'ABI nell'ottobre 1998 per l'adozione della tecnologia *microchip* nel settore delle carte di debito e di credito e per l'adeguamento allo standard internazionale EMV (Europay, Mastercard e Visa), con la finalità di impedire la clonazione o contraffazione delle carte, a vantaggio dell'intero sistema dei pagamenti. Insieme ad altre tre banche, da gennaio a giugno 2003, Carige è stata impegnata nella fase di "Migrazione pilota" del progetto, che progressivamente interesserà tutte le banche italiane sino a concludersi entro il 2007. Inoltre, nel corso del primo trimestre 2003, è stato attivato *BankPass Web*, il servizio studiato e promosso dall'ABI per rendere più sicuri gli acquisti su *internet* con carta di credito e bancomat. Il principio è quello di un "borsellino" in cui il cliente inserisce le sue carte di pagamento e, al momento dell'utilizzo su *internet*, può digitare un codice "usa e getta", evitando di inserire il numero della carta in rete. Infine, nel mese di dicembre 2003 è nata *Carige EasyPay*, la carta prepagata ricaricabile – acquistabile da clienti e non - che consente di effettuare prelievi di contante su ATM in Italia e all'estero, pagamenti POS, ricariche cellulari ed acquisti su *internet*.

3.3.5. Comunicazione e informazione

La comunicazione è essenziale per attuare lo scambio di informazioni tra la Banca e la clientela. Grazie al progresso tecnologico anche la comunicazione si è trasformata: da unidirezionale è divenuta interattiva. Il cliente, specie tramite *internet*, è in grado di dialogare con la Banca in tempo reale, 24 ore al giorno, 7 giorni la settimana. In questo contesto gli istituti di credito vengono valutati non solo per la bontà del proprio messaggio comunicazionale, ma anche per la precisione e tempestività dello stesso.

La Banca crede fortemente nella capacità comunicativa ed informativa di tale strumento, che sotto il profilo commerciale consente di realizzare, attraverso lo sviluppo di un efficiente ed evoluto sistema di *customer relationship management* (CRM), una conoscenza più

approfondita della clientela, con lo scopo di fidelizzarla e soddisfarne i bisogni.

3.3.6. Sistemi di qualità e Customer satisfaction

La soddisfazione della clientela è considerato l'obiettivo di qualunque strategia ed azione della Banca. Il monitoraggio sistematico del livello di soddisfazione e la percezione della qualità dei servizi offerti assumono una valenza fondamentale per pianificare azioni di miglioramento. L'ultima ricerca (gennaio 2003) prevedeva due step:

- una indagine telefonica su un campione di clientela del Gruppo
- la raccolta delle dichiarazioni spontanee dei clienti (cassetta dei suggerimenti in filiale).

La valutazione sintetica del livello di soddisfazione è positiva: il 90% della clientela esprime livelli di soddisfazione adeguati .

In generale, il servizio offerto è coerente con la qualità attesa. Gli aspetti più apprezzati dalla clientela sono prevalentemente di tipo "relazionale" e riguardano:

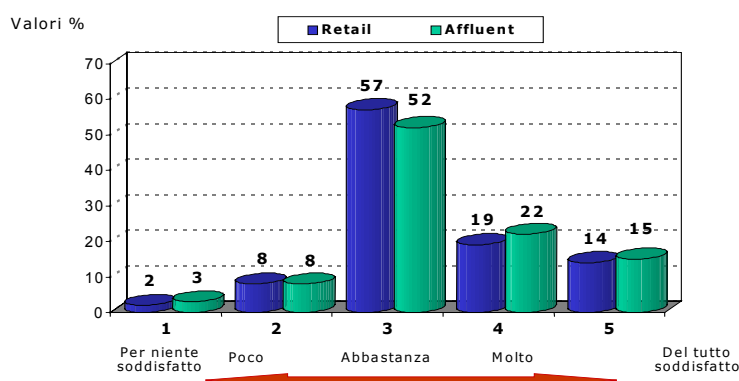
- la personalizzazione la disponibilità
- la competenza e la professionalità del personale

Per quel che riguarda la fedeltà, oltre il 60% dei clienti è certo di rimanere cliente della banca in futuro.

Un altro elemento che evidenzia la positività della relazione è legato al "passa-parola": il nostro cliente diventa un efficace "media" pubblicitario.

Una elevata percentuali degli intervistati consiglierebbe, infatti, ad un amico di diventare cliente della banca.

Valutazione sintetica della soddisfazione



3.3.7. Contenzioso e litigiosità

In Banca Carige opera, in capo alla Direzione Rapporti Esterni, l'Ufficio Reclami, che gestisce, con le modalità ed entro i termini previsti dall'art. 2 del regolamento dell'Ufficio Reclami e dell'Ombudsman Bancario, i reclami presentati dalla clientela per qualunque questione derivante da rapporti intrattenuti con la Banca ed avente oggetto rilievi circa il modo in cui sono stati gestiti operazioni e servizi.

I reclami vengono avanzati dalla clientela, sia per telefono, sia in forma scritta e sono sempre riscontrati nella stessa forma con la quale sono

avanzati previa attenta valutazione della problematica esposta e con il coinvolgimento degli uffici e delle unità operative interessate.

Inoltre nell'ottica di migliorare i rapporti con la clientela e attenuare le conflittualità tra Banca e cliente, Banca Carige ha aderito all'iniziativa promossa dall'A.B.I, presso cui è stato istituito l'ufficio "Rapporti con le Organizzazioni dei Consumatori", al fine di poter in futuro creare una rete di collaborazione attiva per la risoluzione bonaria delle problematiche insorte con la propria clientela.

Viene svolta una costante azione di consulenza e di informazione, anche nei confronti della struttura, traendo sempre spunto dalla disamina delle problematiche per segnalare ai competenti uffici quanto rilevato nell'ottica del continuo miglioramento della qualità del servizio.

Nel corso del 2003 il numero dei reclami scritti è stato pari a 528 ed hanno riguardato in gran parte l'operatività su conti correnti, (condizioni applicate, esecuzione operazioni, negoziazione assegni, bonifici) operatività in titoli in generale, concessione finanziamenti e servizi diversi.

La Banca, ha proceduto ad un attento monitoraggio dei reclami pervenuti al fine di cogliere tutte le informazioni utili al

miglioramento per recuperare fiducia e fidelizzare la clientela.

In relazione ai recenti casi di dissesto finanziario che hanno interessato i Gruppi Cirio e Parmalat, si sottolinea che la Banca ha operato secondo principi di correttezza e trasparenza, non ha mai partecipato a consorzi di collocamento e garanzia per i titoli dei Gruppi in questione e non era in possesso di informazioni privilegiate sulla loro situazione finanziaria. La Banca intende comunque fornire la più opportuna assistenza alla clientela ai fini del recupero delle somme investite, anche aderendo a eventuali iniziative in sede ABI.

RECLAMI SCRITTI - ANNO 2003

Causale	Numero	%
RACCOLTA DI RISPARMIO	386	73,1%
Conti correnti e depositi a risparmio	225	42,6
Obbligazioni e risparmio amministrato	146	27,6
Risparmio gestito	15	2,9
IMPIEGHI A CLIENTELA	81	15,3%
Mutui	40	7,6%
Conti correnti - aperture di credito	23	4,3%
Specialprestiti - credito al consumo	18	3,4%
SERVIZI	61	11,6%
Carte di debito	28	5,4%
Carte di credito	8	1,5%
Polizze assicurative	9	1,7%
Banca on-line	9	1,7%
Effetti -riba	7	1,3%
TOTALE MOTIVI	528	100%

3.4. Banca e fornitori

3.4.1. Linee politiche coerenti con i valori di riferimento

In tema di approvvigionamenti, la Carige si basa su una politica di gestione orientata ad ottimizzare il rapporto Banca - fornitore. Una particolare attenzione è rivolta alle aziende locali e ai fornitori tradizionali della Banca per incentivare lo sviluppo economico del territorio. La ricerca dell'efficienza e delle soluzioni più idonee alle proprie necessità e il recente ampliamento territoriale hanno favorito lo sviluppo di rapporti su base nazionale.

I principi guida nella politica degli approvvigionamenti si basano sulla sistematica attenzione al rapporto prezzo - prestazione e sulla razionalizzazione delle scelte effettuate. In particolare la Banca verifica la qualità del servizio reso e le modalità di svolgimento del medesimo.

3.4.2. Outsourcing e consulenze

In linea con la ricerca di soluzioni organiche e snelle la Banca è ricorsa all'*outsourcing* per tutte quelle attività ritenute non strategiche, quali, ad esempio, il servizio di consegna e ritiro della corrispondenza, la lavorazione degli assegni, gli stampati, il portafoglio, la contazione della moneta. I criteri in base ai quali si procede alla ricerca di queste forniture sono l'ottimizzazione del rapporto qualità-economicità, la presenza di

requisiti di professionalità, la correttezza e la sicurezza.

La tendenza a ricercare fornitori in grado di offrire soluzioni logistico-tecnologiche avanzate, allo scopo di migliorare la qualità dei prodotti e di ridurre i costi, hanno spinto la Banca ad affidare a primaria società di telecomunicazioni la gestione della rete di trasmissione dati e fonia.

La Carige, inoltre, ha rapporti di consulenza, sia organizzativa, sia commerciale, anche con primarie società nazionali, allo scopo di migliorare la propria efficienza interna ed esterna e, soprattutto, reperire sul mercato le migliori competenze tecniche e professionali nell'ambito dell'attività da svolgere.

3.4.3. Comunicazione e informazione

Per la Banca è importante riuscire ad instaurare con i fornitori dei vari comparti un rapporto di collaborazione, con l'obiettivo di creare sinergie che permettano di migliorare il prodotto finale in termini di qualità, innovazione e sicurezza.

3.4.4. Qualificazione ed analisi dei fornitori

Nell'ambito di ogni rapporto di fornitura generalmente vengono valutati i potenziali fornitori (almeno tre) secondo il fattore prezzo e sulla base delle loro competenze tecnico - specialistiche non trascurando, però, il possesso dei requisiti di affidabilità, correttezza, professionalità ed integrità morale.

In particolare – ed è statuito nel Codice Etico della Banca - nell'affidamento delle commesse vengono privilegiate le aziende impegnate nel rispetto delle norme vigenti afferenti la salvaguardia e la tutela dell'ambiente, la sicurezza sul posto di lavoro e la tutela del diritto alla riservatezza.

3.4.5. Condizioni negoziali

Al fine di ottenere offerte oggettivamente confrontabili, sono predisposti dei capitolati di spesa. Questi, infatti, permettono una maggiore trasparenza nelle richieste verso i fornitori e, quindi, la scelta della soluzione migliore e più conveniente per la Banca.

3.4.6. Ricaduta sul territorio

Nel 2003 il numero di fornitori della Carige è pari a 5.147; la categoria più numerosa è quella dei fornitori di servizi connessi a mobili e immobili.

La localizzazione geografica risente dell'espansione territoriale della Banca: se, infatti fino al 2001 la maggioranza (53,2%) dei fornitori risiedeva in Liguria, a partire dal 2002 la quota è scesa a meno della metà e nel 2003 si attesta al 45%.

Numero di fornitori per tipologia - anno 2002

	Fornitori liguri	Altri fornitori	Totale
Elaborazione dati	201	377	578
Consulenze	353	433	786
Utenze	51	112	163
Mobili e immobili	562	715	1.277
Altri	1.067	857	1.924
Totale	2.234	2.494	4.728
Quota %	47,3	52,7	100,0

Numero di fornitori per tipologia - anno 2003

	Fornitori liguri	Altri fornitori	Totale
Elaborazione dati	213	462	675
Consulenze	416	531	947
Utenze	54	136	190
Mobili e immobili	590	832	1.422
Altri	1.042	871	1.913
Totale	2.315	2.832	5.147
Quota %	45,0	55,0	100,0

Per quanto riguarda gli importi delle forniture, nell'anno hanno raggiunto circa 133 milioni di euro. Anche a livello di fatturato si rileva un minor peso delle aziende liguri rispetto al passato (33,4% nel 2003 rispetto al 46,7% del 2001), legato alla politica di sviluppo su base nazionale perseguita dalla Banca.

Fatturato in migliaia di euro - anno 2002

	Fornitori liguri	Altri fornitori	Totale
Elaborazione dati	5.365	16.896	22.261
Consulenze	4.523	4.036	8.559
Utenze	949	11.346	12.295
Mobili e immobili	9.499	14.504	24.003
Altri	25.256	28.208	53.464
Totale	45.592	74.990	120.582
Quota %	37,8	62,2	100,0

Importi in migliaia di Euro

Fatturato in migliaia di euro - anno 2003

	Fornitori liguri	Altri fornitori	Totale
Elaborazione dati	5.052	21.729	26.781
Consulenze	4.965	5.507	10.472
Utenze	1.345	11.201	12.546
Mobili e immobili	10.329	16.553	26.882
Altri	22.656	33.474	56.130
Totale	44.347	88.464	132.811
Quota %	33,4	66,6	100,0

Importi in migliaia di Euro

I primi dieci fornitori della Banca concentrano 36 milioni di fatturato annuo, pari al 27% del totale. Di seguito si dettagliano per volumi e tipologie di attività:

Primi 10 fornitori - anno 2003

	Fatturato	Attività
1° fornitore	9.206	informatica
2° fornitore	8.181	telefonia
3° fornitore	3.265	informatica
4° fornitore	2.984	servizi
5° fornitore	2.645	informatica
6° fornitore	2.488	vigilanza
7° fornitore	2.024	energia
8° fornitore	1.833	assicurazioni
9° fornitore	1.667	servizi
10° fornitore	1.582	immobiliare

Importi in migliaia di euro

Il 30,2% del fatturato dei primi dieci fornitori è in capo ad aziende con sede in Liguria.

3.4.7. Contenzioso e litigiosità

A conferma delle buone relazioni instaurate con i fornitori, sempre orientate al reciproco vantaggio, attualmente non sussistono contenziosi significativi nell'ambito degli approvvigionamenti.

3.5. Banca e sistema finanziario e altre istituzioni

3.5.1. Linee politiche coerenti con i valori di riferimento

La Carige in coerenza con i propri valori di affidabilità finanziaria, correttezza e trasparenza intrattiene rapporti con altre primarie aziende di credito al fine di soddisfare le esigenze finanziarie della propria clientela e di massimizzare la creazione di valore derivante dalle relazioni intrattenute.

3.5.2. Rapporti con le altre banche

A fine 2002 i rapporti in conto corrente reciproco intrattenuti con istituti di credito italiani ed esteri sono rispettivamente 17 e 53, questi ultimi suddivisi in 15 conti esteri "loro" e 38 conti esteri "nostri".

I rapporti più consistenti in termini di movimentazione e ammontare sono verso primarie banche nazionali ed internazionali.

La Banca ha concluso, in collaborazione con partner esteri, due operazioni di *securitisation* :

- la prima, perfezionata a fine 2000, relativa a crediti non *performing*, ha visto la partecipazione come *arranger* di Credit Suisse First Boston;
- la seconda, perfezionata a fine 2001, relativa a mutui ipotecari in *bonis*, ha visto la partecipazione come *arrangers* di Credit Swiss First Boston e CDC IXIS e in qualità di *joint lead manager* di WestLB.

La Banca svolge altresì il ruolo di *servicer* nell'operazione di *securitisation* conclusa dalla controllata Cassa di Risparmio di Savona a fine 2002.

3.5.3. Rapporti con le compagnie assicurative e con gli altri intermediari finanziari

La Banca Carige detiene il controllo di due compagnie assicurative, Carige Vita Nuova, operante nel ramo vita, e Carige Assicurazioni, operante nel ramo danni. In forza di ciò commercializza tramite la propria rete di sportelli i prodotti delle due società controllate. (c.d. attività di *bancassurance*). Nell'ultimo trimestre del 2002 ha inoltre preso avvio la commercializzazione dei prodotti bancari

attraverso le agenzie assicurative (c.d. attività di *assurbanca*).

3.5.4. Rapporti con le Fondazioni bancarie

La Carige ha mantenuto uno stretto rapporto con la conferente Fondazione Cassa di Risparmio di Genova e Imperia che si concretizza in una serie di attività di tipo gestionale, organizzativo e contabile svolte a favore della stessa sulla base di un contratto di *servicing* che prevede il pagamento di un canone annuo. Inoltre presso la Fondazione svolgono la loro attività 19 dipendenti della Carige, i cui oneri vengono integralmente rimborsati alla Banca.

La Carige intrattiene infine rapporti di tipo finanziario con le Fondazioni che detengono quote di partecipazione nelle banche del Gruppo.

3.5.5. Rapporti con le Autorità di Vigilanza e Monetaria

I rapporti con la Banca d'Italia costituiscono fondamentale occasione di scambio di informazioni e raccolta di indicazioni, specie per quanto attiene alle problematiche di carattere innovativo ed ai progetti di maggiore rilievo. Nel periodo 2000 -2003 le relazioni con la Banca d'Italia si sono intensificate in relazione alle operazioni di acquisizione delle reti di sportelli e del controllo della Cassa di Risparmio di Carrara, all'operazione di rafforzamento patrimoniale e alle operazioni di *securitisation* nonché per altre tematiche di carattere strategico e gestionale, essendo la Banca a capo di uno dei pochi conglomerati bancari, finanziari, previdenziali ed assicurativi a livello nazionale.

Trattandosi di una società quotata, inoltre, Banca Carige si uniforma alla disciplina dettata da Consob e Borsa Italiana SpA con le quali intrattiene costantemente rapporti; nel corso del 2003 l'operazione di rafforzamento patrimoniale con l'offerta in opzione agli azionisti delle nuove azioni e delle obbligazioni convertibili e la redazione del relativo prospetto informativo hanno comportato l'intensificarsi dello scambio di informazioni.

3.5.6. Rapporti con le associazioni di categoria

La Carige è membro delle seguenti associazioni di categoria:

- Associazione Bancaria Italiana (ABI);
- Associazione delle Casse di Risparmio Italiane (ACRI);
- Associazione Italiana per il Factoring (ASSIFACT);
- Associazione Italiana per il Leasing (ASSILEA);
- Associazione nazionale società di collocamento degli strumenti finanziari (ASSORETI);
- Associazione Industriali (ASSINDUSTRIA);
- Associazione Italiana degli Istituti di credito su Pegno;
- Consorzio Patti Chiari;
- Convenzione per la Gestione del marchio Bancomat (COGEBAN);
- Fondo Interbancario per la Tutela dei Depositi (FITD).

Inoltre la Carige è membro di altre associazioni ed enti attinenti alle diverse attività svolte dalla Banca (come pianificazione, finanza, estero, marketing, ed altri).

Il rapporto con le associazioni, specie con l'ABI, si concretizza nella fruizione di una pluralità di servizi quali le interpretazioni normative, la partecipazione a convegni e corsi di aggiornamento.

La Carige partecipa a gruppi di lavoro, convegni e seminari organizzati in sede ABI. In particolare, le commissioni tecniche di cui fanno parte rappresentanti della Banca coordinati dal vicedirettore generale amministrazione, sono:

- Commissione tecnica tributaria;
- Commissione tecnica per l'ordinamento finanziario;
- Commissione tecnica legale;
- Commissione tecnica per i crediti;
- Commissione tecnica per la finanza;
- Commissione tecnica per i sistemi di pagamento;
- Commissione tecnica per le ricerche e le analisi;
- Commissione tecnica per le tecnologie e la sicurezza;
- Commissione tecnica Sindacale;
- Commissione tecnica per la legislazione del lavoro.

3.5.7. Comunicazione e informazione

I flussi informativi tra Carige e le istituzioni finanziarie rientrano nell'ambito di rapporti reciproci formalizzati.

Note, circolari, comunicazioni, cartacee e di posta elettronica, sono alla base di tali flussi informativi.

Esaurienti siti e connessioni *internet*, anche riservate, garantiscono una costante ed immediata relazione tra le parti.

3.5.8. Contenzioso e litigiosità

Nessun rilevante contenzioso da segnalare.

3.6. Banca e Stato / Enti locali

3.6.1. Linee politiche coerenti ai valori di riferimento

La stretta collaborazione esistente tra la Carige e lo Stato, gli enti locali e le Associazioni di Categoria pone la Banca, per la sua attenzione alle realtà locali ed alle logiche del mercato regionale, come qualificato interlocutore nei rapporti con le piccole e medie imprese, anche in materia di collaborazione ed assistenza nel comparto dei finanziamenti agevolati.

3.6.2. Imposte, tributi e tasse

L'esborso finanziario del 2003 per il pagamento di imposte, tributi e tasse è pari a 93,4 milioni di euro. Tale importo rappresenta il 13,1% del margine di intermediazione della Banca. Le imposte dirette sul reddito di esercizio sono pari a 67 milioni, di cui 53,8 milioni di IRPEG e 13,2 milioni di IRAP; l'81,8% di quest'ultima, che ricade direttamente sulle regioni, è pagata alla Liguria (10,8 milioni).

L'ICI pagata per il 2003 è pari a 1,3 milioni; circa l'81% è versato a comuni liguri (1 milione).

Le imposte indirette, incluse nella voce di conto economico "altre spese amministrative" e costituite da bolli, imposte sostitutive, INVIM ed altre, sono pari a 25,1 milioni, di cui 21,8 milioni recuperati dalla clientela.

Escludendo le imposte recuperate (bolli e sostitutiva) l'esborso è pari a 71,6 milioni.

Imposte pagate per tipologia

	2002	2003
IRPEG	65.368	53.835
IRAP	13.532	13.165
ICI	1.222	1.307
Imposte indirette	22.789	25.130
Totale	102.911	93.437
Bolli e imposte sostit. recuperate	19.585	21.849
Totale escluso imp. recup.	83.326	71.588

Importi in migliaia di Euro.

La diminuzione (-15,1%) delle imposte dirette rispetto all'anno scorso è spiegata dal cambio di normativa fiscale che, con l'introduzione dell'IRES, ha tra l'altro eliminato i crediti d'imposta sui dividendi contabilizzati per maturazione che verranno incassati nel corso del 2004 (12,9 milioni). Al lordo di tale effetto, le imposte sul reddito sarebbero state pari a 79,9 milioni, in aumento dell'1,3% sul 2002.

3.6.3. Rapporti con gli enti locali

La Banca, proprio per la sua forte connotazione territoriale, pone attenzione ai rapporti con gli enti locali in termini di consulenza e di concessione di crediti (agevolati e non), dove per la sua natura di banca universale può operare direttamente a sostegno dei vari settori produttivi: commercio, artigianato ed agricoltura. L'ingresso in aree territoriali nuove per la Banca, in particolare in seguito all'acquisizione di sportelli da altre aziende di credito già inseriti nel tessuto locale, consente alla Banca di svolgere la propria azione di sostegno anche a favore delle aziende ivi operanti.

Nel 2003 l'attività di erogazione del credito agevolato ha riguardato: la concessione di finanziamenti nel settore turistico - alberghiero ai sensi della Legge Regione Liguria 19/2000, che ha stanziato contributi in conto interessi gestiti dalle Province liguri; finanziamenti agevolati per l'acquisto di macchinari e utensili ai sensi della Legge Sabatini (L. 1329/1965) demandata dallo Stato centrale alle singole Regioni; anche la gestione dei contributi ai sensi della Legge 598/1994 è stata demandata alle Regioni: i finanziamenti agevolati vengono concessi alle imprese per investimenti destinati all'innovazione tecnologica e alla tutela dell'ambiente nonché alle imprese che investono in ricerca applicata e sviluppo precompetitivo di prodotti.

Nell'artigianato sono stati concessi i tradizionali finanziamenti Artigiancassa, fruente di contributi

pubblici in conto interessi, per laboratori (acquisto, costruzione, ristrutturazione), macchine ed attrezzature, nonché per la formazione di scorte; con riferimento alla Liguria sono state inoltre recepite le consistenti novità ed agevolazioni della legge regionale 3/2003. La Banca ha concesso inoltre finanziamenti per investimenti o credito di esercizio a valere sulle convenzioni con le Cooperative Artigiane di Garanzia, a tassi di particolare favore.

Sono state numerose le convenzioni siglate con Enti Territoriali nel corso del 2003. Tra esse le più importanti afferiscono a:

- le attività connesse al servizio istruttorio del Programma Operativo Regionale Puglia al fine dell'erogazione di contributi in conto capitale a favore di piccole e medie imprese ed artigianato;
- la concessione di finanziamenti agevolati, con intervento di Fiditoscana, a favore di imprese operanti in Toscana nei comparti turistico - alberghiero e commerciale;
- la concessione di finanziamenti agevolati a favore di imprese lombarde appartenenti al settore manifatturiero nonché a favore di cooperative di produzione e servizio a valere sulla Legge Regione Lombardia n. 35/1996;
- la concessione di finanziamenti regolati da condizioni di favore per quelle imprese agricole che hanno ottenuto la prenotazione di fondi a valere sul Programma di Sviluppo Rurale predisposto dalla Regione Liguria;
- la concessione di finanziamenti agevolati a favore di imprese agricole operanti in Provincia di Alessandria (con intervento dell'Amministrazione locale) e le cui colture abbiano subito danni a seguito dei fenomeni atmosferici dell'estate 2003.

La Carige ha consolidato le convenzioni con i vari Consorzi di Garanzia Fidi al fine di favorire l'accesso al credito, sotto il duplice profilo delle condizioni e delle garanzie, delle piccole imprese operanti nel settore del commercio e dell'artigianato.

La Carige ha svolto attività di *advisor* per la concessione del *rating* alla provincia di Genova (nel 2000) e alla Provincia di Treviso (nel 2001). Da molti anni la Banca dedica un'attenzione particolare ai rapporti con l'Università di Genova e di altre città, non solo italiane, attraverso stage di neolaureati presso i propri uffici, giornate di studio basate su "testimonianze" aziendali, assistenza per la

realizzazione di tesi e ricerche. In quest'ottica è da considerare la partecipazione di Carige alla Consulta per il Corso di laurea in Economia Bancaria, in collaborazione con la Facoltà di Economia di Genova.

3.6.4. Norme interne e sistemi di controllo volti a garantire l'osservanza della legge

Il Regolamento interno che disciplina l'assetto organizzativo della Banca assegna alle diverse unità operative e funzionali la responsabilità primaria di verificare la conformità del proprio operato alle disposizioni di legge.

Conformemente alle Istruzioni di Vigilanza di Banca d'Italia, un'apposita funzione indipendente denominata Controlli Interni è incaricata da un lato di controllare, anche con verifiche in loco, la regolarità dell'operatività e l'andamento dei rischi, dall'altro di valutare la funzionalità del complessivo sistema dei controlli interni e a portare all'attenzione del Consiglio di Amministrazione e dell'Alta Direzione i possibili miglioramenti alle politiche di gestione dei rischi, agli strumenti di misurazione e alle procedure.

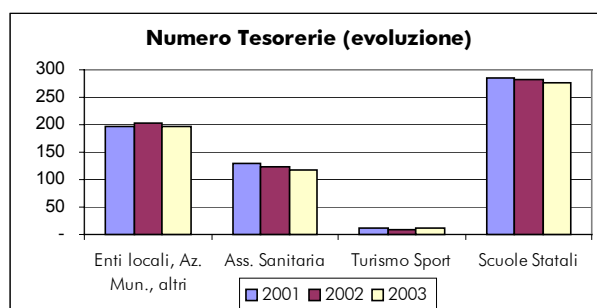
Con delibera del Consiglio di Amministrazione del 21 maggio 2001 è stato attivato il Comitato per il Controllo interno previsto dal Codice di autodisciplina delle società quotate in Borsa al quale la Banca ha aderito integralmente. L'attività di tale organo si affianca a quella già esistente del Collegio Sindacale e della Società di revisione contabile.

3.6.5. Rapporti con la Pubblica Amministrazione

I servizi di tesoreria e cassa costituiscono un punto di forza della Carige nell'ambito del quale è stato raggiunto un elevato grado di professionalità e specializzazione. A fine 2003 i servizi svolti sono 604 (618 nel 2002).

I servizi di tesoreria e cassa, oltre a rappresentare un basilare mezzo per veicolare rapporti di raccolta e di impiego di privati e di imprese ed a costituire un importante strumento di penetrazione nelle aree di nuovo insediamento, rafforzano la fisionomia di banca *retail* e consentono il consolidamento del radicamento nelle aree operative, specie tradizionali.

A fine anno i 604 servizi gestiti riguardano 277 scuole statali, 198 tra enti locali, aziende municipalizzate ed enti vari, 118 enti esercenti assistenza sanitaria e sociale, 11 enti esercenti attività sportive e turistiche.



La Banca svolge - nell'ambito del raggruppamento temporaneo di imprese costituito con altri Istituti di credito - attività di istruttrice per conto del Ministero delle Attività Produttive di richieste di contributo in conto capitale pervenute da imprese industriali, turistico - alberghiere e commerciali ai sensi della Legge 488/92. Si tratta di un'attività avente una forte connotazione sociale: uno degli indicatori utili per la redazione - da parte della Pubblica Amministrazione - delle graduatorie di merito previste dalla stessa Legge 488/92 è infatti costituito dal numero di occupati generati dal programma di investimento per cui si richiede l'agevolazione. Nel corso del 2003 Banca Carige ha ricevuto un centinaio di domande di agevolazione ai sensi di questa legge da parte di imprese operanti nelle regioni in cui la Banca è presente. Sempre nel 2003 la Banca è stata incaricata dello svolgimento del complesso iter istruttorio legato all'esame delle pratiche agevolative previste dalla rimodulazione delle risorse del "Patto territoriale dell'Imperiese". Anche in questo caso i contributi a favore delle imprese che evidenzieranno il possesso dei requisiti formali e sostanziali previsti dalle norme di

riferimento verranno stanziati dal Ministero delle Attività Produttive.

3.6.6. Comunicazione e informazione

Le relazioni tra Carige e Stato / Enti locali sono da sempre improntate alla massima correttezza e trasparenza. Se nel passato la politica di comunicazione della Banca nei confronti dello *stakeholder* era affidata ai tradizionali sistemi, attualmente risulta di particolare rilevanza il canale Internet per la sua immediatezza ed interattività.

Al fine di seguire i rapporti del Gruppo e della clientela con le Istituzioni Comunitarie, con particolare riguardo ai finanziamenti a valere sui fondi concessi dalla comunità europea, presso la sede della rappresentanza della regione Liguria a Bruxelles, è stata istituita una postazione di lavoro della Banca.

3.6.7. Contenzioso e litigiosità

Al 31/12/2003 la situazione del contenzioso fiscale si può quantificare in circa 2,5 milioni di euro, il cui onere è stato speso tempo per tempo nel conto economico della Banca. Tale situazione tiene conto degli esiti positivi già ottenuti in vari gradi di giudizio, dell'infondatezza di alcuni accertamenti su cui non si sono avute ancora pronunce giudiziali ma ritenuti tali alla luce di obiettive valutazioni, e del contenzioso instaurato nanti al Tribunale di 1° grado del Lussemburgo in merito alla spettanza dell'agevolazione Ciampi ex D.Lgs 153/1999.

3.7. Banca e collettività

3.7.1. Persone

Carige è particolarmente attenta alle istanze sociali e culturali delle comunità delle aree di insediamento e sostiene le iniziative di associazioni, enti religiosi, sportivi ed assistenziali, organizzando e/o sponsorizzando manifestazioni e convegni su tematiche differenti.

Sul fronte culturale, la Banca, che possiede un considerevole patrimonio artistico, è

periodicamente visitata da laureandi ed appassionati di arte in genere che desiderano avere una visione diretta di opere di scuola genovese, di incisioni antiche documentanti la città di Genova, di ceramiche liguri dei secoli XVI, XVII e XVIII. Personale della Banca è a disposizione per accompagnare gli ospiti attraverso percorsi prestabiliti. Una mostra permanente di numismatica è aperta al pubblico negli orari di Banca.

Nel corso dell'anno tali collezioni, dalla pinacoteca, alla raccolta di maioliche e di monete antiche, sono state catalogate allo scopo di consentirne la consultazione via *internet*, rendendole fruibili ad un pubblico più vasto.

Nel mese di settembre 2003 si è svolta l'iniziativa "Museo Carige": nove giorni, a partire dalla giornata "Palazzo Aperto" indetta dall'ABI, durante i quali la sede della Banca è stata visitata da circa seimila visitatori.

Frequentemente opere di patrimonio artistico Carige sono esposte sia in Italia che all'estero, richieste dalle più prestigiose esposizioni di pittura, di ceramica o di numismatica. Lo scorso anno, in collaborazione con i Ministeri degli Esteri e dei Beni Culturali la Banca ha sponsorizzato la mostra "Genova & Anversa. *Un sommet dans la peinture baroque*" al Museo d'arte moderna di Anversa.

Anche l'archivio lega la Banca alle sue radici e alla storia della città. Si è in merito conclusa la catalogazione della parte cartacea e fotografica dell'archivio fotografico Binelli, già disponibile per la consultazione. Continua lo studio dei verbali del consiglio di amministrazione del Monte di Pietà, da cui ha avuto origine la Cassa di Risparmio di Genova e Imperia.

Sul fronte editoriale, Carige cura la pubblicazione di quattro riviste specializzate:

- *Economia e Diritto del Terziario*, di carattere scientifico sul settore del terziario;
- *Prospettive dell'Economia*, di carattere economico, che fornisce studi di carattere analitico in materia di economia internazionale, nazionale e regionale;
- *La Casana*, di carattere culturale, riccamente illustrata, che tratta argomenti artistici, storici, di costume e folklore sia dell'ambiente ligure sia delle zone di recente insediamento della Banca;
- *Carige Notizie*, *house organ* destinato a tutti i dipendenti del Gruppo.

L'attività editoriale si è concretizzata in un progetto ambizioso in vista di Genova Capitale della Cultura nel 2004, attraverso la realizzazione di una collana di 4 volumi che trattino dal punto di vista storico delle sinergie culturali, artistiche, commerciali e sociali di Genova con i principali Stati Europei. Nel 2002 è stato pubblicato il primo volume "Genova e la Spagna" e nel 2003 il secondo volume "Genova e la Francia".

Con l'obiettivo di valorizzare i preziosi gioielli artistici genovesi, la Banca ha collaborato con la Fondazione alla pubblicazione del volume "Mito del moderno", che tratta dello stile *liberty* in Liguria.

I numerosi convegni a carattere giuridico ed economico, organizzati dalla Banca nel corso dell'anno, sono testimonianza della stretta collaborazione sia con l'Università di Genova, sia con gli Ordini professionali ed il mondo economico rappresentato da tutte le associazioni di categoria, Ascom, Cna, Cia, Confcommercio, Confartigianato, Assindustria. Nel 2003 si è svolta la XIX edizione del Premio Nazionale Rapallo-Carige, il più importante premio letterario nazionale per la donna scrittrice, che ha l'intento d'incoraggiare e valorizzare l'attività letteraria femminile nel campo della narrativa. Tale iniziativa, sostenuta dalla Banca sin dalla sua nascita, ha visto, in ogni edizione, la partecipazione di prestigiose autrici.

L'attività di pubbliche relazioni in occasione dell'inaugurazione delle nuove filiali è proseguita nel corso del 2003 con l'apertura delle filiali di Monza e di Genova Albaro.

In ottica non solo economica, ma anche sociale, la Banca cura con particolare attenzione alcuni segmenti di clientela:

- la clientela della terza e quarta età, a cui propone, oltre a servizi a contenuto strettamente bancario, anche prestazioni che vanno a coprire aree di valore, quali la salute e l'assistenza, ritenute prioritarie. In questo contesto si inserisce il Conto Seniores, che presenta una forte componente di tipo assistenziale, destinata a supportare le richieste di tranquillità, salute ed assistenza quotidiana molto sentite dagli anziani e dalle loro famiglie;
- la clientela giovane attraverso:
 - una politica commerciale ed un'assistenza finanziaria *ad hoc* con il Conto Giovani New, al quale sono

collegate due tipologie di finanziamento a "tasso zero" ed una a tasso agevolato finalizzato alla frequenza di un Master di studio o all'avvio di una attività di lavoro autonomo;

- una serie di attività volte a sviluppare i rapporti scuola/università e mondo bancario, quali: convegni, giornate di studio basate su testimonianze aziendali, assistenza per la realizzazione di tesi e ricerche;
- stages di neolaureati presso gli Uffici della Banca;
- la gestione di due Borse di Studio, in esecuzione di lasciti testamentari, destinate agli studenti della Facoltà di Economia dell'Università di Genova e agli universitari discendenti da famiglie istriane;
- la collaudata presenza a "Formula", la *kermesse* informativa destinata ai nuovi studenti universitari;
- la clientela extracomunitaria; la Carige è stata la prima banca italiana ad aprire nel 1996 a Genova (l'agenzia 75 - Via Gramsci) nella zona adiacente al porto, uno sportello orientato alla clientela non residente proveniente dai paesi del Terzo Mondo. La scelta della localizzazione è stata determinata dall'elevato livello di concentrazione degli immigrati stranieri nel centro storico. L'obiettivo è stato quello di costituire un punto di riferimento per le necessità di carattere finanziario per tutti gli extra-comunitari regolari, favorendone un'efficace e rapida integrazione nella nostra società.

La risposta ottenuta è risultata positiva per la Banca, sia a livello operativo (al 31/12/2003, 3,9 milioni di euro di raccolta diretta, 3,4 milioni di raccolta indiretta, 3,6 milioni di impieghi di cui 2,5 milioni di mutui), sia di immagine. Ciò ha consentito l'accesso ad una tipologia di clientela in forte sviluppo demografico, con crescente richiesta di servizi finanziari, orientati prevalentemente alla gestione del denaro (depositi, versamenti, bonifici, ecc.), ma con una probabile evoluzione verso forme più sofisticate quali la gestione del risparmio, la previdenza, le forme di finanziamento a medio termine (mutui/specialprestiti);

- Nel rispetto del radicamento nel tessuto sociale ed economico, la Banca è attiva nel campo dei finanziamenti antiusura a valere sui fondi istituiti a tale finalità. Per quanto riguarda il credito alle famiglie, la Banca nel 1996 ha siglato un'apposita convenzione con la Fondazione Anti Usura Santa Maria del Soccorso (di seguito "Fondazione Anti Usura"), alla cui costituzione, avvenuta nel 1996 ad opera dell'Arcidiocesi di Genova, ha contribuito anche la Fondazione Carige. L'intendimento di Banca Carige, stipulando tale convenzione, è quello di concorrere al raggiungimento degli obiettivi della Fondazione Anti Usura, che si prefigge lo scopo di sostenere le persone vittime del fenomeno e promuovere iniziative idonee a prevenirlo, diffondendo una cultura di amministrazione dei beni moralmente ed economicamente corretta. Lo Statuto della Fondazione Anti Usura prevede, a favore delle persone colpite, la costituzione di un fondo da utilizzare per effettuare erogazioni rimborsabili ed il rilascio di garanzie per facilitarne l'accesso al credito. Le domande di finanziamento presentate alla Fondazione Anti Usura ritenute dalla stessa meritevoli d'esame, vengono inoltrate a Banca Carige che procede al finanziamento nella forma di mutuo chirografario a 60 mesi o di apertura di credito semplice a 12 mesi. Tale finanziamento, stipulato a un tasso di poco superiore al prime rate, è garantito dalla fideiussione della Fondazione Anti Usura per un importo non inferiore al 50% del prestito richiesto.
- Le piccole e medie imprese, cui la Banca ha dedicato una divisione Credito Mobiliare che si avvale di profonda conoscenza circa i finanziamenti da concedere loro e svolge una qualificata attività di consulenza finanziaria circa le nuove iniziative imprenditoriali, legate anche a provvedimenti governativi e/o comunitari per la concessione di finanziamenti agevolati.

3.7.2. Ambiente

La crescente pressione delle attività umane sull'ambiente richiede una visione della politica aziendale più attenta alle problematiche del territorio. L'attività creditizia, comunque, non è fonte di particolari impatti ambientali e,

considerando che le attività svolte si caratterizzano per la quasi totalità di lavori da ufficio, i fattori di rischio professionale sono esigui. Tuttavia la Banca attua gli adempimenti richiesti dalla vigente normativa in materia, in modo da prevenire i possibili rischi di inquinamento.

In dettaglio, i più rilevanti interventi ambientali attuati dalla Carige riguardano:

- Rifiuti: quelli prodotti sono, principalmente, del genere urbano e non pericoloso e la maggior parte di essi è raccolta e smaltita da società esterne fornitrici e appaltatrici. Gli scarichi idrici vengono normalmente convogliati nelle reti fognarie pubbliche. In particolare, in seguito al D. Lgs. n. 22/1997 (c.d. Decreto Ronchi) in materia di smaltimento dei rifiuti, la Carige ha mostrato una maggiore attenzione alla raccolta differenziata. I rifiuti cartacei prodotti quotidianamente (tabulati obsoleti, carta da "cestino", ecc.) o con periodicità diversa (pratiche scadute, ecc.) sono regolarmente raccolti separatamente e destinati al recupero presso una cartiera, attraverso un vettore autorizzato. I rifiuti "speciali" (toner, cartucce e nastri per stampanti e rifiuti in plastica) e quelli "pericolosi" (i liquidi di sviluppo e di fissaggio dei microfilm dell'archivio) sono gestiti e smaltiti ai sensi della suddetta legge. L'intero personale, quindi, è stato sensibilizzato ad osservare ed applicare le disposizioni interne stabilite in materia, al fine di ridurre l'inquinamento tramite una più efficiente gestione delle risorse e degli scarti. Nella stessa ottica gli arredi e le attrezzature non più in uso vengono donate ad associazioni e volontariati, se ancora utilizzabili; in caso contrario sono ritirate dai fornitori dei nuovi prodotti, che provvedono al loro smaltimento.
- Contenimento dei consumi energetici: la Banca ha individuato al proprio interno la figura del "Responsabile per la conservazione e l'uso razionale dell'energia" (o "Energy Manager") ai sensi della Legge 9/1/91, n.10. Esso attua interventi volti al contenimento dei consumi di energia elettrica e combustibile quali il monitoraggio costante delle utenze elettriche e degli impianti di riscaldamento e, nel caso di unità operative di nuova realizzazione, provvede a scelte progettuali che consentano un'ottimale

sfruttamento dell'energia necessaria al fabbisogno delle unità operative stesse. In caso di ristrutturazione o riammodernamento di unità lavorative, Banca Carige utilizza climatizzatori a pompa di calore e vetrate a vetrocamera, in quanto permettono una riduzione della dispersione del calore verso l'esterno dei locali.

- Approvvigionamento idrico: avviene attraverso gli acquedotti comunali.
- Contaminazione del suolo: i serbatoi interrati utilizzati per lo stoccaggio del carburante (gasolio) sono stati realizzati secondo le normative tecniche e, in caso di dismissione, sono stati inertizzati. Non si sono registrati incidenti o perdite che possono aver provocato la contaminazione delle falde.
- Amianto: all'interno dell'Azienda ci sono uffici con presenza di amianto confinato e dipendenze con presenza di amianto sotto forma di lastre, tubi e serbatoi che sono regolarmente denunciati alle autorità competenti.
- Gas *halon*: la Banca ha provveduto alla dismissione di tutti gli estintori a impianti a gas halon, sostituendoli con estintori a polvere e con impianti che utilizzano estinguenti conformi alle norme vigenti.
- Rischi di incidenti rilevanti: le attività svolte non rientrano negli obblighi previsti dalla normativa vigente in materia.
- Divieto di fumo: è operativo in tutti i locali della Banca.
- Fornitori: ai fornitori di beni e servizi viene richiesta una dichiarazione di non tossicità dei prodotti usati. In caso di dichiarata tossicità, viene richiesta la produzione del relativo certificato tossicologico.

Gli organi di vigilanza in materia ambientale non hanno notificato violazioni né erogato sanzioni alla Carige.

3.7.3. Media

L'instaurazione di un canale di comunicazione a due vie con il complesso dei media interagenti con la Carige rappresenta per la Banca un importante strumento di relazione con la collettività.

In tal senso Carige promuove il confronto ed il dialogo con i principali mezzi di comunicazione su scala nazionale e locale.

I mezzi di comunicazione maggiormente utilizzati sono la carta stampata, la televisione, la radio e la rete internet.

Rappresentanti della Banca partecipano saltuariamente a trasmissioni televisive e convegni di particolare rilevanza economica e concedono interviste ed esprimono considerazioni in relazione ai diversi aspetti della vita economica locale.

La Banca si propone come interlocutore qualificato per il soddisfacimento di eventuali richieste da parte dei mezzi di informazione per indagini giornalistiche ed analisi di carattere economico e finanziario. In tal senso, si ricorda la collaborazione con i quotidiani specializzati *Il Sole 24 Ore* e *Milano Finanza* nella compilazione di questionari e con *il Secolo XIX*, il maggiore quotidiano della Liguria, nella realizzazione della pagina quotidiana relativa alla dinamica dei mercati finanziari.

Per quanto riguarda il servizio *e-banking*, è stata realizzata una rivisitazione del *layout* del sito, rendendolo più completo e migliorandone la leggibilità. In particolare, la sezione riservata al *trading on line* è stata arricchita di un nuovo servizio informativo-finanziario, realizzato in collaborazione con *Il Sole 24 Ore*, denominato *Infofinanza*.

La Carige si impegna in ogni momento ed in ogni occasione a rendere la comunicazione il più possibile trasparente, chiara e fruibile.

3.7.4. Comunità virtuale

La grande importanza data dalla Carige alla Comunità Virtuale si estrinseca nella politica attuata negli ultimi anni e nel volume degli investimenti e delle risorse umane dedicati alla realizzazione ed alla successiva implementazione del servizio Internet.

Inoltre, nelle linee strategiche delineate per il triennio 2002-2004 viene attribuita una valenza determinante allo sviluppo dell'I&CT.

La storia, il contesto ambientale, la struttura organizzativa e la *missione* strategica che caratterizza la realtà Carige hanno indotto la Banca ad adottare un modello di multicanalità integrata, che prevede la gestione in modo coordinato dei diversi canali, sotto lo stesso marchio, per la totalità dei clienti.

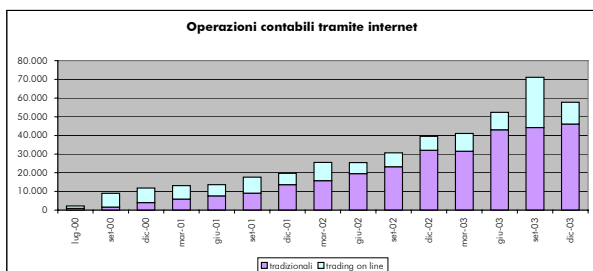
L'opzione strategica adottata dalla Carige è stata quindi quella dell'integrazione e della complementarità, ossia l'utilizzo dei servizi *on line* (*internet* e *call center*) in affiancamento ai

canali fisici e mobili (sportelli bancari ed agenzie assicurative) e non la creazione di una banca virtuale *ad hoc*.

Internet rappresenta per la Banca il punto di riferimento operativo e di collegamento funzionale di tutti i canali, nonché un fondamento per la crescita distributiva e commerciale dell'attività. In questo senso, si sviluppano sinergie fra i molteplici canali e si realizza una conoscenza più approfondita della clientela.

Il 2003 è stato il secondo anno di piena operatività attraverso *internet*, con un'attività in espansione: a fine 2003, su un numero totale di contratti in vita di circa 45.000 (circa 36.000 alla fine del 2002), il numero di clienti attivi, ossia che hanno effettuato almeno un'operazione nel corso dell'anno, è di oltre 36.000, di cui circa il 60% ha effettuato almeno una transazione dispositiva.

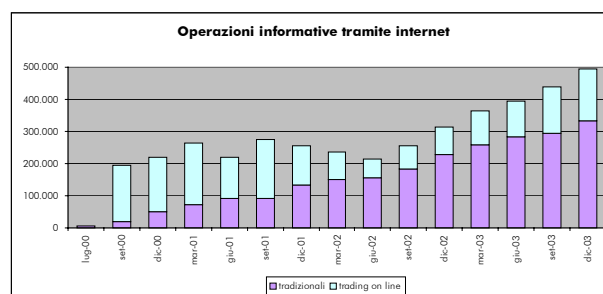
Le operazioni complessivamente disposte sul web nell'anno sono state oltre 5,4 milioni, il 70% delle quali legate all'operatività tradizionale e il 30% al *trading on line*.



Le operazioni che hanno generato un movimento contabile, sono state complessivamente 590 mila (circa il 20% del totale delle operazioni contabili della Banca), delle quali 457 mila circa costituite da bonifici, giroconti e pagamenti vari, per un importo complessivo di 440,6 milioni, e 133 mila di operatività in titoli, per un importo complessivo pari a 653,6 milioni.

Il servizio *internet*, introdotto nel luglio 2000, è stato oggetto di successive implementazioni a seguito delle quali presenta attualmente requisiti di completezza, diffusione e sicurezza. Esso è attivabile mediante il collegamento al sito www.carige.it che, interamente rinnovato nel 2002, offre, oltre ai servizi dispositivi, numerosi servizi informativi. In linea con l'espansione della Banca, nel corso del 2003 è stato sviluppato il progetto di un portale di Gruppo che è stato rilasciato nell'aprile 2004.

La connessione al sito avviene in condizioni di assoluta sicurezza; il protocollo di sicurezza adottato è il "Secure Socket Layer (SSL)" a 128 *bit strong encryption* ed il sito è certificato da una Certification Authority riconosciuta a livello internazionale, "VeriSign Inc."; l'utilizzo di una chiave di cifratura a 128 *bit* garantisce il massimo livello di sicurezza a protezione dello scambio di informazioni tra il cliente e la Banca.



L'attività dell'anno è stata caratterizzata dall'introduzione del servizio *Online Business*, dedicato alle imprese, che ha affiancato il servizio *Online Family*, dedicato ai privati. Il servizio *Online Business* è stato sviluppato per offrire alle imprese ed ai liberi professionisti un servizio *internet* che risponda alle loro specifiche esigenze, permettendo di gestire incassi e pagamenti, controllare sistematicamente conti correnti e titoli, negoziare strumenti finanziari ed avere dati aggiornati sui mercati finanziari, raccogliere velocemente informazioni professionali a supporto della propria attività lavorativa. Il servizio *Online Business* costituisce la naturale evoluzione del servizio di *home banking*, offrendo al cliente tutti i vantaggi di *internet*.

Nell'ambito dei servizi *on line*, la Carige ha attivato nel settembre 2001 il *call center*, che consente un'operatività assai più estesa rispetto al *phone banking* da questo sostituito, in quanto il cliente ha la possibilità di un contatto con un operatore, oltre al servizio automatico di risposta. Nella prima parte dell'anno è stata realizzata una campagna di marketing al fine di aumentare la conoscenza della comodità e convenienza del canale e per rispondere alle esigenze di supporto della fascia *senior*, che può incontrare difficoltà nell'accedere al servizio.

A fine 2003 i contratti in vita sono oltre 17.000 e le operazioni effettuate dall'avvio del servizio sono state circa 273.000, la gran parte delle quali (151.000) realizzate nel 2003, secondo anno intero di attività.

L'ufficio *call center* alla più tipica attività di contatto della clientela acquisita e potenziale affianca da sempre una compiuta azione di fidelizzazione, di *cross selling* e di gestione evolutiva del reclamo. In particolare, l'attività specifica di contatto dei clienti si divide tra chiamate in entrata (*inbound*), rappresentate da tutte le telefonate effettuate dalla clientela titolare e non titolare di contratto telefonico che si avvalga dei numeri verdi dedicati per ciascuna banca del Gruppo, e chiamate in uscita (*outbound*), tra le quali ricomprendere tutte le attività di sviluppo prodotti/ clientela. Per quanto concerne l'*inbound*, ove i contatti assumono valenza dispositiva o informativa, nel corso del 2003 gli operatori hanno risposto direttamente a circa il 40% delle telefonate ricevute dal risponditore automatico.

Nel corso del secondo semestre dell'anno ha assunto particolare rilevanza l'azione di assistenza tecnica e operativa prestata ai fini dell'attivazione del servizio *on line business*.

Per quanto riguarda l'attività di *outbound* sono state realizzate azioni mirate a pubblicizzare i servizi *on line*, a supportare l'apertura di nuove filiali e a promuovere prodotti specifici su clientela potenziale extra Liguria. Nell'anno sono stati contattati oltre 65.000 clienti attuali e potenziali.

Infine, nell'ottica di stimolare la clientela all'uso delle nuove tecnologie di accesso ai servizi della banca, nell'ultimo trimestre del 2002 ha preso avvio a Genova il "Punto Web Carige", un centro multimediale per navigare gratuitamente su *internet*.

4. PROPOSTA DI MIGLIORAMENTO

La Banca intende redigere un documento sempre più completo ed esaustivo, attenendosi ai principi statuiti dall'ABI. A tal fine si impegna a diffondere il più possibile il Bilancio sociale tramite la pubblicazione sul sito *internet*

aziendale www.carige.it, unitamente ad una scheda di valutazione con cui i lettori potranno farci conoscere il proprio giudizio e fornire suggerimenti ed osservazioni utili ad instaurare un processo di misurazione del grado di soddisfazione e consenso dei soggetti interni ed esterni all'organizzazione, il cui recepimento ci consentirà di proseguire sul sentiero di crescita e miglioramento intrapreso.

SCHEDA DI VALUTAZIONE DEL BILANCIO SOCIALE

La presente scheda è stata predisposta per avere un contributo da parte dei lettori allo scopo di migliorare la prossima edizione del Bilancio Sociale. La ringraziamo fin da ora per le valutazioni e i suggerimenti che vorrà esprimere e farci avere all'indirizzo: Banca Carige SpA - U/Studi, Pianificazione e Controllo di gestione – Via Cassa di Risparmio 15 – 16123 GENOVA .

• Che valutazione dà al Bilancio Sociale?

	Insufficiente	Sufficiente	Buono	Ottimo
Chiarezza della struttura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chiarezza espositiva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Completezza delle informazioni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lunghezza del documento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adeguatezza del linguaggio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

• Quale sezione ha trovato più interessante?

Risorse umane Azionisti Clienti Fornitori Collettività

• In quale misura il Bilancio Sociale ha soddisfatto le sue esigenze informative?

Insufficiente Sufficiente Discreta Elevata

• Ha osservazioni e suggerimenti?

▪ **Categoria di stakeholder**

Risorse umane Azionisti Clienti Fornitori Pubblica amm.ne

Altro

▪ **Provincia di residenza**

▪ **Sesso**

M F

▪ **Età**

18-24 25-34 35-44 45-54 Oltre

▪ **Azionista**

Sì No

▪ **Cliente**

Sì No

▪ **Professione**

Studente Artigiano Impiegato Libero professionista
 Casalinga Pensionato Operaio Commerciante
 Dirigente Imprenditore