



Le relazioni con i clienti

Lavoriamo per costruire con tutti i nostri clienti relazioni di lungo periodo, basate su reciproca fiducia e soddisfazione. Coerentemente con la nostra missione di banca popolare, cerchiamo di interpretare l'evoluzione sociale ed economica dei territori in cui operiamo per rispondere con efficacia ed efficienza ai bisogni delle famiglie, delle imprese e delle altre organizzazioni che ne caratterizzano il tessuto economico e sociale.

3,7 milioni Clienti

88,5% [+0,4pp] privati

48,6% [invariato] donne

4,6% [-0,2pp] cittadini immigrati

11,5% [-0,4pp] imprese ed enti

90,1% [+0,8pp] professionisti, artigiani e piccole imprese

Rimandando alla Relazione sulla Gestione del Bilancio Consolidato per un'informazione più ampia sulle politiche e le strategie commerciali e distributive con cui perseguiamo i nostri obiettivi economici, ne sottolineiamo qui gli aspetti più direttamente connessi alla volontà di distinguerci sul mercato per lo stile di gestione improntato al rispetto dell'etica professionale, all'ascolto e al dialogo e all'esercizio concreto della responsabilità sociale di banca del territorio.

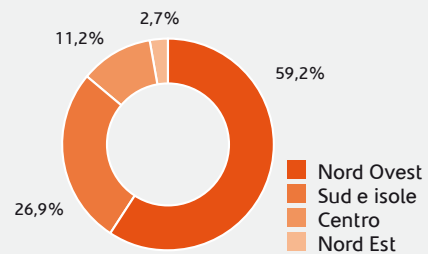
Etica professionale

A tutti i clienti intendiamo assicurare relazioni improntate a correttezza, affidabilità e senso di responsabilità, nel pieno rispetto delle norme di legge, dei codici di autoregolamentazione e dei principi di condotta definiti nel Codice Etico.

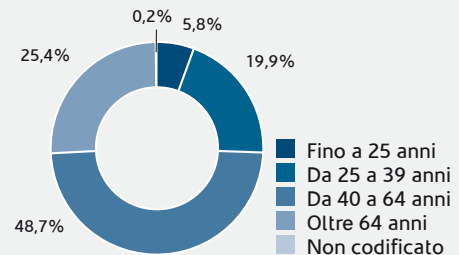
Applichiamo il Codice di Comportamento per il Settore Bancario e Finanziario e il Codice di Condotta per il Credito Ipotecario dell'ABI, aderiamo al Protocollo ABI-Confindustria (www.bankimprese.it) e al Consorzio PattiChiari (www.pattichiari.it).

Adottiamo politiche produttive, commerciali e di gestione dei rischi che, nel rispetto della normativa vigente, perseguono la trasparenza e l'adeguatezza dei prodotti e dei servizi offerti alla clientela: in quest'ottica rivestono particolare importanza le politiche sull'offerta di mutui tramite intermediari,

Clienti per area geografica

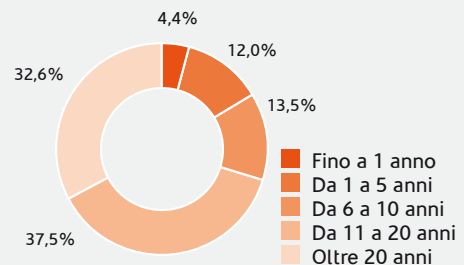


Clienti privati per età

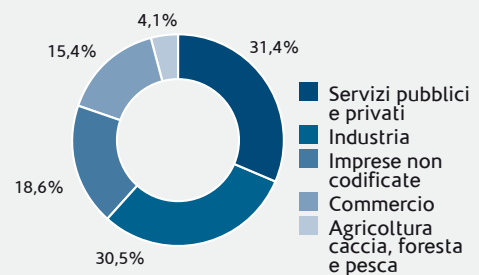


Clienti privati per durata rapporto

(media 16 anni)

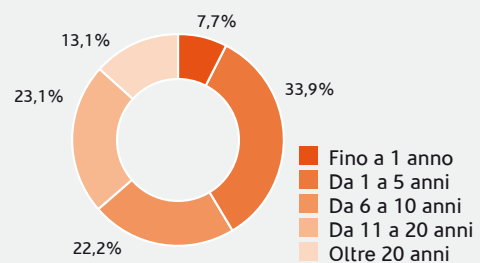


Clienti imprese per settore economico



Clienti imprese per durata rapporto

(media 9,5 anni)



sulla portabilità, rinegoziazione ed estinzione anticipata dei mutui erogati direttamente e di quelli intermediati, sul collocamento di strumenti finanziari strutturati e sull'offerta di strumenti derivati.

Tutti i nostri prodotti sono sottoposti ad una rigorosa valutazione di qualità in termini di conformità normativa, di rispondenza alle esigenze dei segmenti di clientela cui sono destinati e di coerenza rispetto alle condizioni economiche di mercato.

Tutela del risparmio

Alle direzioni commerciali e agli operatori delle Banche Rete forniamo rapporti finanziari che consentano loro di offrire ai clienti informazioni coerenti con i loro obiettivi di investimento e favorire l'assunzione di decisioni di investimento e disinvestimento più consapevoli, nella propria autonoma responsabilità. I rapporti sono acquisiti all'esterno e distribuiti attraverso il servizio **Financial Market Focus**.

Accesso al credito

Da tempo siamo impegnati nel favorire l'accesso al credito delle famiglie con prodotti flessibili e trasparenti. Nello stesso tempo però manteniamo un elevato livello di attenzione per la prevenzione del rischio di sovraindebitamento, attraverso la corretta valutazione dei piani di rimborso rispetto al reddito, anche alla tutela del tenore di vita del nucleo familiare nel lungo termine.

Settori controversi

Valutiamo attentamente il coinvolgimento in settori economici che possono presentare elevati rischi dal punto di vista sociale e ambientale o che comunque sono considerati critici dalle agenzie di rating e dagli investitori che adottano criteri etici.

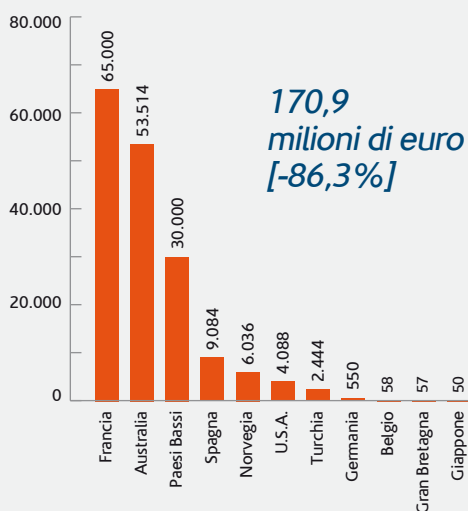
In particolare nel 2007 abbiamo adottato una **politica per il settore delle armi**, finalizzata ad assicurare il supporto finanziario alle imprese del territorio, che contribuiscono alla dotazione di forze militari per la difesa dell'ordine pubblico, della pace e della democrazia, in coerenza con i principi di rispetto della persona e tutela dei diritti umani che fanno parte della nostra cultura aziendale.

La politica vieta di intrattenere rapporti con imprese coinvolte nella produzione e/o commercializzazione di armi di distruzione di massa e di altre armi controverse e pone restrizioni alle operazioni di commercio internazionale di armi in relazione ai Paesi di destinazione delle esportazioni. Le restrizioni considerano, oltre alle sanzioni internazionali di embargo, la situazione dei singoli Paesi in relazione al coinvolgimento in conflitti armati, al rispetto dei diritti umani, al livello di sviluppo economico e sociale, per i Paesi a basso indice di sviluppo, al rapporto tra le spese militari e quelle sociali.

Per quanto riguarda gli altri settori controversi, abbiamo verificato un'esposizione non superiore all'1% degli impieghi totali alla clientela.

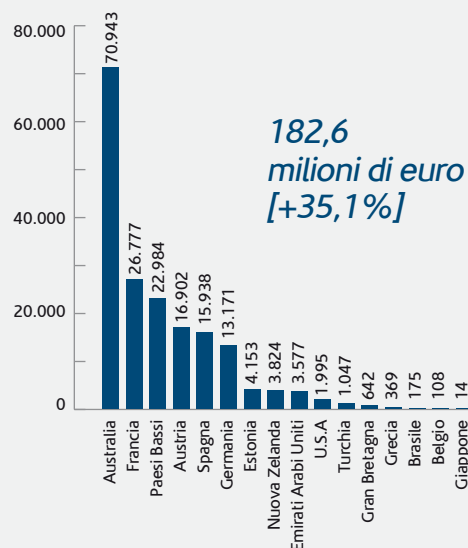
Operatività nel settore delle armi¹

Autorizzazioni all'effettuazione di transazioni bancarie per Paese di destinazione delle esportazioni (migliaia di euro)



Le autorizzazioni sono state richieste da Banco di Brescia (98,4%) e Banco di San Giorgio (1,6%)

Transazioni bancarie effettuate per Paese di destinazione delle esportazioni (migliaia di euro)



Le transazioni sono state effettuate da Banco di Brescia (85,9%), Banca Popolare Commercio e Industria (11,6% a valere solo su autorizzazioni di anni precedenti) e Banco di San Giorgio (2,5%)

La quasi totalità delle autorizzazioni e delle transazioni riguarda aeromobili armati e non armati e relativi componenti, ricambi, attrezzature, manutenzioni e riparazioni, per operazioni dirette verso controparti governative

Tutte le operazioni sono state effettuate nel pieno rispetto della politica di Gruppo. Il Banco di Brescia ha declinato un'operazione di esportazione di fucili d'assalto in Turkmenistan per 4,0 milioni di euro

¹ Transazioni bancarie relative ad esportazioni di beni e servizi rientranti nella disciplina della legge n.185/1990 sul commercio internazionale di materiali d'armamento

Ascolto e dialogo

L'orientamento all'ascolto e al dialogo con i clienti è sistematizzato nelle attività di customer satisfaction e fa parte del nostro approccio allo sviluppo di nuovi prodotti e servizi.

Progetto Ascolto

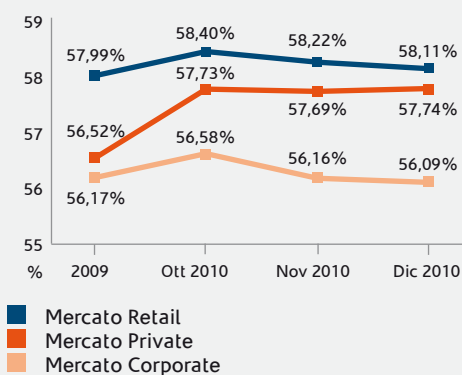
Nella Macro Area Controllo Rischi è allocata l'Area Customer Care, alla quale fanno capo tutte le attività di ascolto e dialogo con la clientela, a presidio degli aspetti qualitativi dell'attività di relazione e di servizio e dei connessi rischi reputazionali.

Dal 2008 l'Area Customer Care conduce una sistematica attività di rilevazione della soddisfazione della clientela (customer satisfaction) denominata Progetto Ascolto.

Un primario istituto di ricerca indipendente effettua per nostro conto circa 150.000 interviste annue su un campione rappresentativo della clientela, con le quali determina alcuni indicatori di qualità delle relazioni cliente-banca e dei prodotti e servizi offerti e un indice sintetico di soddisfazione declinato a livello di Gruppo, Mercato, Banca Rete, Area territoriale e singola unità (Filiale, Corporate Business Unit, Private Business Unit).

Mercato Retail (circa 140.000 interviste)	
Indice di soddisfazione	
Soddisfazione complessiva 0,68 punti sopra il benchmark e in leggera crescita rispetto al 2009	
Tutti i segmenti di mercato su livelli superiori al benchmark: leggermente il segmento Mass, in misura più consistente il segmento Affluent, ancora più ampio il vantaggio del segmento Small Business	
Risultati decisamente sopra la media di Gruppo per le Banche di piccole dimensioni (Banca di Valle Camonica e Banco di San Giorgio)	
Punti di forza	
Competenza e cortesia del personale	
Atmosfera di filiale accogliente, familiare e serena	
Aree di miglioramento	
Supporto nella crescita delle piccole imprese (segmento Small Business) nel lungo periodo	
Capacità propositiva	
Mercato Corporate (oltre 4.000 interviste)	
Indice di soddisfazione	
Soddisfazione complessiva 1,09 punti inferiore al benchmark e in leggera contrazione rispetto al 2009	
Risultati migliori per le Banche di piccole dimensioni (Banca di Valle Camonica e Banco di San Giorgio) e per Banca Carime (assimilabile alle precedenti per dimensione del Mercato Corporate)	
Punti di forza	
Stabilità del rapporto e capacità di trasmettere fiducia e credibilità da parte dei gestori	
Soddisfazione delle grandi aziende (segmento Large Corporate) superiore rispetto al benchmark	
Aree di miglioramento	
Proposta di soluzioni innovative e personalizzabili	
Mercato Private (circa 3.000 interviste)	
Indice di soddisfazione	
Soddisfazione complessiva in crescita significativa rispetto al 2009 sebbene ancora inferiore al benchmark di 0,37 punti	
Ottimi i risultati per le Banche di minori dimensioni (Banca di Valle Camonica e Banco di San Giorgio) e per Banca Popolare Commercio e Industria	
Punti di forza	
Qualità della relazione personale	
Capacità e competenze del gestore	
Aree di miglioramento	
Propositività e iniziativa nell'offerta di prodotti e servizi	
Focus sulla responsabilità sociale	
La grande maggioranza dei clienti ritiene importante che la Banca consideri i rischi sociali e ambientali delle proprie attività e che si impegni in campo sociale e a favore dell'ambiente	
Oltre un terzo dei clienti non è informato sulle iniziative di responsabilità sociale d'impresa di UBI (più della metà delle imprese)	
Oltre la metà dei clienti informati sulla responsabilità sociale sono interessati a conoscere le attività della Banca in campo sociale e ambientale	
Punti di forza	
Buon giudizio sul livello di responsabilità sociale e ambientale di UBI	
Livello di reputazione/rispondibilità sociale di UBI migliorato rispetto a qualche anno fa per oltre un terzo dei clienti informati sulla responsabilità sociale	
Soddisfazione della clientela corporate per l'offerta di UBI a supporto di investimenti importanti dal punto di vista sociale/ambientale (es. adeguamenti a normative ambientali/sicurezza del lavoro, utilizzo di energie alternative)	
Aree di miglioramento	
Capacità di informare la clientela su iniziative e risultati del Gruppo in ambito sociale e ambientale (canale preferito la filiale)	

Indici di soddisfazione della clientela delle Banche Rete



Nel 2010 l'andamento dell'indice sintetico è stato caratterizzato da una fase di crescita fino a ottobre per tutti i tre mercati (Retail, Private e Corporate), seguita da una contrazione negli ultimi due mesi dell'anno, che ha contribuito a determinare risultati annui differenti per i singoli mercati anche in rapporto ai rispettivi benchmark.

I risultati sono confrontati con rilevazioni effettuate a livello di sistema bancario (benchmark) e integrati da eventuali approfondimenti su specifiche aree tematiche (nel 2010 per esempio su risparmio gestito, assicurazioni, Qui UBI).

Attraverso l'analisi dei risultati - condivisa con il management di UBI Banca e delle Banche Rete - individuiamo eventuali azioni correttive e priorità d'intervento e valutiamo l'efficacia di azioni ed iniziative intraprese.

L'indice sintetico di soddisfazione è incluso dal 2009 tra gli obiettivi del Sistema Incentivante di Gruppo.

Abbiamo chiesto ai giovani di raccontarci il loro ideale di banca



I giovani hanno descritto la loro banca ideale con questi valori:

fiducia (è la parola che ricorre più spesso insieme alla richiesta di sostegno nella fase progettuale della vita)

trasparenza e verità (niente clausole minuscole o paroloni)

semplicità (servizi per rendere la vita meno complicata)

tutela dell'ambiente (anzitutto come azienda ma anche sostenendo le scelte ecologiche dei propri clienti)

disponibilità (orientare e assistere i giovani nelle scelte di investimento e finanziamento)

Libertà di banca

"Libertà di banca" è un'iniziativa di coinvolgimento dei giovani da 18 a 29 anni, propedeutica al lancio della carta conto Enjoy pensata per loro.

Abbiamo invitato i giovani a registrarsi sul sito Internet dedicato e a caricare in bacheca un messaggio per esprimere come immaginano la loro banca ideale.

Ci sono giunti oltre 200 messaggi, con spunti interessanti e indicazioni di valori espresse in modo molto chiaro e con un tono "adulto". Ne abbiamo tenuto conto nella messa a punto dell'offerta commerciale.

La gestione dei reclami²

I reclami, come le semplici lamentele, sono una preziosa fonte di informazioni per migliorare la qualità dei servizi resi al cliente e in quest'ottica ci siamo impegnati per migliorarne il processo di raccolta e gestione. Per agevolare l'inoltro dei reclami, nel corso del 2010 abbiamo creato uno spazio dedicato sui siti Internet delle Banche Rete, sul sito commerciale di Gruppo e sul sito dell'Internet banking Qui UBI.

4.256 [-884] Reclami prevenuti

242 [+11] per anatocismo

211 [-202] per titoli in default

176 [+3] su privacy

4.188 [-1.289] Reclami conclusi³

1.636 accolti

1,04 milioni di euro riconosciuti ai clienti

22 [-10] giorni medi di risposta⁴

In tutte le pagine dei siti Internet del Gruppo abbiamo inserito un collegamento a sezioni informative dedicate all'**Arbitro Bancario Finanziario** (da cui è possibile anche consultare e scaricare la guida) e all'**Ombudsman Bancario** (da cui è possibile scaricare il regolamento e la modulistica e accedere al sito dedicato). Nel 2010 all'Ombudsman Bancario sono stati inoltrati 10 ricorsi, di cui 8 riscontrati (2 a favore del cliente), mentre all'Arbitro Bancario Finanziario sono stati inoltrati 64 ricorsi, di cui 32 riscontrati (13 a favore del cliente).

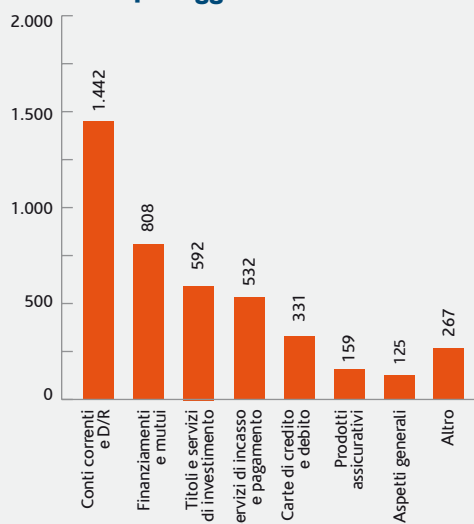
Per migliorare la capacità di prevenire situazioni di insoddisfazione da parte dei

² Dati relativi a Capogruppo e Banche Rete, inclusa UBI Banca Private Investment

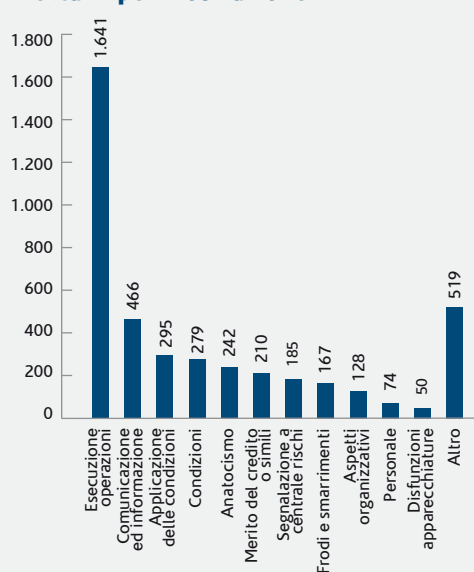
³ Reclami conclusi nel 2010 indipendentemente dall'anno di presentazione

⁴ Media complessiva, comprendente sia i reclami ordinari sia i reclami per servizi di investimento

Reclami per oggetto



Reclami per motivazione



clienti o comunque risolverle prima che si traducano in reclami, nel 2010 abbiamo proseguito l'attività di sensibilizzazione e formazione del personale commerciale delle Banche Rete all'ascolto.

Gli interventi formativi, focalizzati sull'interpretazione dei segnali di insoddisfazione manifesta o latente e sulle possibilità di intervento, hanno coinvolto 3.200 persone in aula - nell'ambito di corsi con argomenti pertinenti - e sono stati integrati da materiale fruibile dalle usuali postazioni di lavoro.

Iniziativa di ascolto per lo sviluppo dell'offerta commerciale

Nel corso del 2010 abbiamo realizzato una serie di incontri con esponenti di organizzazioni non profit e istituzioni religiose, per mettere a punto un modello di servizio e un'offerta commerciale dedicata al terzo settore. Vi hanno partecipato organizzazioni molto eterogenee per natura, ambito di attività, dimensione e struttura organizzativa. Abbiamo tratto importanti indicazioni per comprendere l'evoluzione in atto e le esigenze emergenti di questo segmento di mercato.

Lo stesso approccio abbiamo utilizzato per la specializzazione settoriale dell'offerta per le imprese del segmento Small Business, attraverso incontri con imprese dei singoli settori all'interno di focus group dedicati, interviste ai gestori di relazione delle Banche Rete e incontri specifici con associazioni di categoria di riferimento.

L'attenzione per le persone

Garantire sicurezza e accessibilità del servizio, rispondere ai bisogni di tutte le fasce sociali, anche nella prospettiva di sviluppo di nuovi segmenti di mercato, fa parte del nostro modo di fare banca per bene.

Sicurezza e accessibilità del servizio

Dedichiamo particolare attenzione al mantenimento di un elevato livello di sicurezza dei sistemi informativi e dei processi per la protezione dei dati personali e dei valori dei clienti. Per i servizi erogati attraverso i canali diretti, utilizziamo sistemi di protezione da frodi e da accessi non autorizzati, che vengono costantemente aggiornati e monitorati.

Crediamo che sia nostro dovere assicurare a tutti i clienti la possibilità di accedere ai nostri servizi con riferimento sia alle barriere architettoniche di uffici e filiali, sia alla fruibilità dei canali diretti. In questa direzione interveniamo secondo le necessità che rileviamo sul territorio e le nostre possibilità di intervento.

Nelle nuove filiali e in tutti gli interventi di ristrutturazione di filiali e uffici, prevediamo l'abbattimento delle barriere architettoniche, come peraltro è richiesto dalla normativa vigente. Attualmente sono installati nelle filiali 24 ATM Bancomat utilizzabili da persone ipovedenti e prevediamo di aumentarne significativamente il numero nel corso del 2011.

I siti Internet delle Banche Rete e dei servizi di Internet Banking per privati e utenti Small Business sono stati realizzati considerando le principali esigenze di navigazione delle persone diversamente abili, con particolare riferimento agli ipovedenti: gli accorgimenti adottati vanno dall'efficacia del contrasto cromatico, al testo alternativo a corredo delle immagini, alla funzione di ingrandimento del carattere. Per individuare ulteriori interventi di miglioramento, abbiamo avviato una collaborazione con la Fondazione ASPHI (www.asphi.it), che promuove l'integrazione delle persone disabili nella scuola, nel lavoro e nella società attraverso l'uso dell'informatica.

Il sostegno alle famiglie in difficoltà

Nell'ultimo biennio la crisi economica ha avuto un notevole impatto su un numero crescente di famiglie italiane, riducendone sia la capacità di accesso al credito sia la possibilità di far fronte agli impegni già assunti. Per questo nel 2010 abbiamo aderito a iniziative pubbliche e di settore per il sostegno alle famiglie in difficoltà.

L'iniziativa più importante è quella di ABI per la **sospensione per 12 mesi del rimborso dei mutui** delle famiglie coinvolte, nel biennio

2009-2010, in situazioni particolarmente gravi come la perdita dell'occupazione e il decesso o l'insorgenza di condizioni di non autosufficienza del mutuatario.

A fine 2010 ha preso avvio anche il **Fondo di Solidarietà**, istituito su iniziativa del Ministero dell'Economia e delle Finanze, per permettere ai debitori in difficoltà con il pagamento delle rate del mutuo sulla prima casa di chiederne la sospensione per non più di due volte e per un periodo massimo complessivo non superiore a 18 mesi.

1.114 Mutui sospesi

93 milioni di euro Debito residuo

Tra le altre iniziative promosse da enti e organizzazioni a vari livelli, ricordiamo gli accordi per l'**anticipazione dell'indennità di Cassa Integrazione** fino al momento del pagamento da parte dell'INPS e il **Prestito della Speranza**, promosso dalla Conferenza Episcopale Italiana d'intesa con ABI, per le famiglie in difficoltà o le micro-imprese da esse avviate, i cui criteri di selezione privilegiano le famiglie con i figli (in età scolare, compresa l'università) o gravate da malattie o disabilità riconosciute, che abbiano perso o subito in maniera significativa la riduzione del reddito da lavoro. A oggi il Prestito della Speranza non ha conseguito risultati apprezzabili a causa dei criteri troppo restrittivi imposti dal protocollo d'intesa: le nostre banche hanno potuto concedere in tutto 16 prestiti per un totale di 96 mila euro. Sulla base di queste evidenze l'accordo è stato recentemente modificato per consentire di rispondere alle esigenze di un maggior numero di famiglie.

Nel corso del 2010 siamo intervenuti anche a sostegno delle popolazioni abruzzesi e venete colpite dalle calamità naturali. Per l'Abruzzo abbiamo aderito alla sospensione delle rate dei mutui e finanziamenti promossa dall'ABI e all'accordo stipulato fra ABI e CDP per l'erogazione di finanziamenti (UBI Banca Private Investment ha erogato 34 finanziamenti per 1,3 milioni di euro). In Veneto abbiamo sospeso il pagamento delle rate dei mutui come previsto dall'Ordinanza del Presidente del Consiglio dei Ministri.

Il microcredito⁵ e il progetto immigrati

Per contribuire allo sviluppo del microcredito come strumento di integrazione sociale e di sostegno all'occupazione, nel 2008 abbiamo avviato una partnership con **PerMicro SpA** (www.permicro.it) - prima società italiana specializzata nell'erogazione di microcredito, operante a livello nazionale. Nel 2010

PerMicro ha concesso 635 microcrediti (530 alle famiglie per esigenze di base come studio e sanità e 105 per l'avvio di micro imprese) per un totale di 2,9 milioni di euro erogati (2,1 alle famiglie e 0,8 per le micro imprese).

Il microcredito è, insieme alla carta conto Enjoy e al servizio di money transfer, uno degli elementi qualificanti della nuova offerta commerciale per i cittadini immigrati sviluppata nell'ambito di un più ampio progetto di acquisizione di nuova clientela all'interno del mercato Retail. Il rinnovato impegno del Gruppo è un'evoluzione delle precedenti iniziative Welcome e InItaly, con cui siamo stati tra le prime banche a servire questo segmento di popolazione, ormai numericamente consistente e in continua crescita; un segmento caratterizzato da un alto tasso di occupazione e da un discreto reddito medio.

Il Fondo di Credito per i Nuovi Nati

In applicazione dell'intesa stipulata fra ABI e il Dipartimento per le politiche della famiglia della Presidenza del Consiglio dei Ministri per la costituzione di un "Fondo di credito per i nuovi nati" (www.fondonuovinati.it), abbiamo sviluppato due nuovi prodotti: il **Prestito Nuovi Nati**, rivolto a famiglie con un figlio nato o adottato nel triennio 2009-2011, e il **Prestito Nuovi Nati con malattie rare**, per le famiglie con un figlio nato o adottato nel 2009 portatore di malattie rare.

I prestiti, con un ammontare massimo di 5.000 euro restituibile in 5 anni, non hanno spese e hanno un tasso d'interesse fisso e agevolato, che si riduce ulteriormente nel caso del Prestito Nuovi Nati con malattie rare.

598 Finanziamenti Prestito Nuovi Nati

*2 per Prestito Nuovi Nati
con malattie rare*

3 milioni di euro Importo erogato

*10 mila euro per nuovi nati
con malattie rare*

Clubino e il concorso "Disegna la tua città"

Clubino (www.clubino.ubibanca.com) è la prima esperienza di banca per i bambini da 0 a 12 anni. Al nuovo libretto di risparmio, che non ha spese di gestione e riconosce un tasso di interesse dell'1%, è associato un programma per educare i ragazzi al risparmio in modo divertente e coinvolgente, con premi, sito Internet dedicato, eventi locali e iniziative speciali.

Tra le iniziative collegate a Clubino, ha avuto grande successo il concorso "Disegna la tua città": abbiamo ricevuto oltre 12.000 disegni, tra i quali una giuria di qualità ha selezionato i 13 migliori lavori per fantasia

⁵ Il microcredito è un prestito di importo limitato concesso a persone che hanno difficoltà ad accedere al normale credito bancario e finanziario per mancanza di garanzie e storia creditizia

ed originalità che, oltre ad aggiudicarsi un premio, sono stati pubblicati sul calendario 2010 di UBI Banca; il risultato è un'esplosione di luce e colori che esprime come i bambini vedono la propria città.

Nel 2010 abbiamo aperto 53.000 libretti Clubino.

La carta conto Enjoy per i giovani

Enjoy è una carta prepagata ricaricabile per i giovani fra i 18 e i 29 anni, che permette di accreditare lo stipendio, fare e/o ricevere bonifici, ricaricare il cellulare e addebitare RID e bollette. Con un canone minimo e un utilizzo completamente online, compresa la rendicontazione, è una prima risposta ai valori di economicità, semplicità, trasparenza e rispetto dell'ambiente espressi dai giovani. A breve prevediamo di arricchire i contenuti di Enjoy, perché possa essere utilizzata come "carta dello studente" con tutta una serie di servizi e prodotti collegati, anche attraverso accordi con le Università.

Anche Enjoy, come Clubino, è un'iniziativa di successo, come testimoniano il premio Innovation Award e soprattutto il gradimento dei giovani: oltre 47.000 sono le carte emesse nel 2010.

I prestiti sull'onore per gli studenti

Siamo stati tra i primi in Italia a offrire ai giovani prestiti sull'onore a tassi agevolati per sostenere le spese di studio e formazione fino al conseguimento di un'autonoma capacità di reddito. Attualmente, oltre ad aderire all'iniziativa **Diamogli Credito** promossa dal Ministero delle Politiche Giovanili e dall'ABI, abbiamo in essere convenzioni con varie Università per le quali abbiamo creato apposite linee di credito. La più importante è **Dottor Creso** (www.dottorcreso.it) di Banco di Brescia e Banca Popolare Commercio e Industria, in convenzione con le Università di Brescia e di Pavia, per prestiti fino a 5.000 euro per ogni anno di studi, cumulabili fino ad un massimo di 20.000 euro e restituibili in 96 rate mensili di importo fisso a partire da un anno e mezzo dopo la fine degli studi.

54 Prestiti sull'onore accordati

250 mila euro Importo accordato

L'impegno per le organizzazioni sociali e religiose

Nel perseguire la nostra missione di banca popolare cooperativa, abbiamo sviluppato nel tempo una forte capacità di relazione con le organizzazioni senza scopo di lucro (appartenenti al cosiddetto terzo settore o privato sociale) e le istituzioni religiose, che hanno un ruolo fondamentale nella promozione sociale e culturale del territorio. Storicamente il nostro Gruppo detiene una quota di depositi e impieghi nei confronti del terzo settore superiore ai valori di sistema, grazie anche all'importante presenza nelle regioni in cui queste organizzazioni sono più numerose.

1,5 miliardi di euro Raccolta dalle ONP⁷

8,23% quota di mercato

58,1% in Lombardia

665 milioni di euro Impieghi alle ONP⁷

7,44% quota di mercato

58,3% in Lombardia

Clubino



Clubino: secondo classificato nella categoria "Conti ragazzi/giovani" del premio "Innovation Award - Prodotti e servizi"⁶

Enjoy



Enjoy: prodotto vincitore del premio "Innovation Award - Prodotti e servizi"⁶ per la categoria "Carte servizi/prepagate"

⁶ Classifica stilata annualmente da Milano Finanza in collaborazione con Accenture, valutando il livello di innovazione e convenienza dei prodotti e servizi di tutte le banche aderenti al Consorzio PattiChiari

⁷ Elaborazione Area Studi su dati Bastra1 al 30/09/2010 relativi al settore di attività economica "Istituzioni senza scopo di lucro al servizio delle famiglie" della classificazione Banca d'Italia

Oggi il terzo settore sta vivendo un profondo processo di evoluzione, dal punto di vista sia normativo e regolamentare sia di mercato, connesso all'assunzione di un ruolo sempre più centrale nell'offerta di servizi alla persona nell'ambito del sistema pubblico di assistenza sociale e sanitaria.

La parallela contrazione delle risorse pubbliche disponibili, associata alla contrazione del sostegno dei privati in conseguenza della crisi economica, implica che gli operatori del terzo settore sappiano attivare forme di gestione sempre più manageriali e accedere al sistema bancario per il finanziamento delle attività correnti e degli investimenti.

Per continuare a servire in modo sempre più efficace questo settore, consolidando e valorizzando l'attività e le esperienze di lunga data dalle Banche Rete, abbiamo assegnato alla **Funzione Enti, Associazioni e Terzo Settore**, costituita nell'ambito della Macro Area Commerciale di Capogruppo, una specifica responsabilità di presidio e sviluppo di un modello di servizio e di un'offerta commerciale dedicata.

Nel corso del 2011 prevediamo di attivare gradualmente il nuovo modello di servizio e l'offerta commerciale, con una prima fase pilota in una serie di filiali delle province di Bergamo e Brescia e con un programma di formazione specifico per il personale della rete commerciale.

Il sostegno delle economie locali

Assicurare il credito alle imprese - in particolare PMI - per sostenere lo sviluppo economico del territorio è un nostro impegno prioritario, tanto più importante nei momenti di crisi come l'attuale.

L'intermediazione di fondi pubblici

Oltre alle nostre risorse, siamo in grado di portare sul territorio importanti risorse pubbliche, nazionali e comunitarie.

Nel 2010 abbiamo siglato un accordo con Banca Europea degli Investimenti (BEI) per un primo plafond di 250 milioni di euro (prima parte di un programma complessivo da 500 milioni di euro) a disposizione delle Banche del Gruppo e di UBI Leasing per finanziamenti a tassi agevolati ai settori dell'agricoltura, dell'industria, dei servizi e del turismo.

Sono espressamente escluse dalla destinazione dei fondi le imprese operanti in settori etici, morali e sociali controversi e discutibili nonché quelle che svolgono attività il cui impatto ambientale non risulti in buona parte attenuato e/o compensato.

Analoghi criteri di esclusione e tassi di interesse sono previsti anche dai finanziamenti alle PMI di Banca Popolare di Ancona, che si è aggiudicata la gara indetta dalla regione Marche per l'erogazione di 100 milioni di euro di fondi ricevuti dalla BEI.

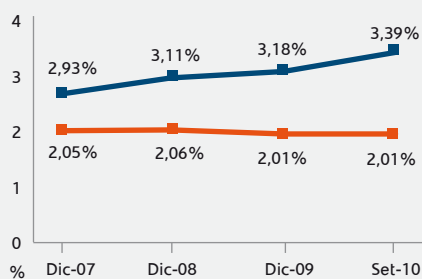
Misure anticrisi per le PMI

Attraverso le nostre Banche Rete partecipiamo ad accordi e convenzioni con istituzioni pubbliche locali (Camere di Commercio, Regioni e Province) per sostenere le imprese locali in un momento di particolare e difficile congiuntura economica.

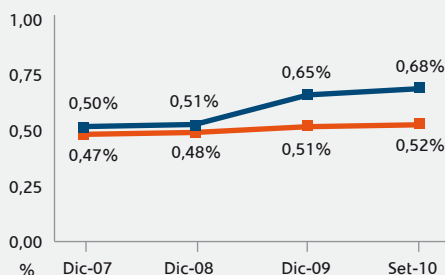
Dal 2009 abbiamo aderito all'**accordo per la sospensione dei debiti delle piccole e medie imprese verso il sistema creditizio**⁸, finalizzato a supportare le imprese che, pur trovandosi in temporanea difficoltà finanziaria, presentano adeguate prospettive economiche e di continuità aziendale: abbiamo potuto accogliere per la quasi totalità le domande aventi i requisiti di ammissibilità. L'accordo prevede anche interventi per il rafforzamento patrimoniale delle piccole e medie imprese, per i quali abbiamo proseguito l'offerta della linea di credito **200% ricapitalizzazione immediata**, che prevede finanziamenti pari al doppio del conferimento di capitale dei soci.

Poiché la congiuntura economica presenta elementi di ripresa debole che lasciano prevedere il persistere di problemi di liquidità per le imprese, a seguito dello scadere della moratoria sopra descritta e per sostenere le imprese che hanno superato la fase più acuta della crisi, abbiamo aderito all'**Accordo per il credito alle piccole e medie imprese**⁹. L'accordo prevede la

Depositi delle organizzazioni senza scopo di lucro sul totale dei depositi



Impieghi alle organizzazioni senza scopo di lucro sul totale degli impieghi



⁸ Sottoscritto dal Ministero dell'Economia e delle Finanze, dall'ABI e da associazioni dell'Osservatorio Banche - Imprese

⁹ Sottoscritto a febbraio 2011 dagli stessi firmatari della moratoria

proroga al 31/07/2011 dei termini per la presentazione delle domande di sospensione dei debiti verso il sistema bancario da parte delle PMI che non abbiano già fruito di analogo beneficio.

14.800 Domande di sospensione dei debiti da PMI

13.000 operazioni concluse

4,3 miliardi di euro valore dei debiti

520 milioni di euro Quota capitale sospesa

Nel 2010 sono stati sottoscritti anche nuovi protocolli d'intesa tra le Banche del Gruppo e alcune amministrazioni provinciali (es. Brescia e Bergamo) per facilitare l'anticipazione dei crediti che le imprese vantano verso gli enti locali ed evitare così possibili tensioni finanziarie a seguito di eventuali ritardi nei pagamenti. Gli accordi prevedono la concessione da parte delle Banche di anticipazioni sui crediti e l'attestazione da parte degli enti locali che i crediti delle imprese sono certi, liquidi ed esigibili, con relativa indicazione delle modalità e del periodo di pagamento in favore delle banche.

E' proseguita infine l'erogazione di finanziamenti alle piccole e medie imprese, a condizioni vantaggiose, finalizzati a sostenere gli investimenti da realizzare e/o in corso di realizzazione oppure l'incremento del capitale circolante, attraverso il ricorso alla provvista della Cassa Depositi e Prestiti (CDP, www.cassaddpp.it).

3.111 Finanziamenti con provvista CDP¹⁰

224 milioni di euro Importo erogato

Crediti in convenzione

Gli accordi con enti di garanzia e associazioni di categoria per favorire l'accesso al credito delle piccole e medie imprese, anche attraverso condizioni economiche più favorevoli, rappresentano per noi un importante elemento di congiunzione con le economie dei territori di riferimento e acquistano, in questa difficile fase congiunturale, anche una rilevante valenza anticrisi.

Di particolare rilievo è la collaborazione con i principali Confidi, per rispondere alle necessità delle piccole e medie imprese in tema di liquidità, riequilibrio finanziario, innovazione tecnologica e aggiornamento degli impianti, investimento in energie alternative e rinnovabili.

L'offerta commerciale delle nostre Banche prevede due linee di credito:

- **400% Sostegno e Sviluppo**, destinata a sostenere progetti di crescita mediante la realizzazione di investimenti fissi, per importi fino a quattro volte il conferimento di capitale dei soci;
- **200% Rafforzamento della struttura patrimoniale**, finalizzato a sostenere processi di capitalizzazione e di riequilibrio delle fonti finanziarie delle imprese, con finanziamenti fino al doppio del conferimento di capitale dei soci.

16.700 [+4%] Finanziamenti in convenzione a m/l termine

*1,5 miliardi di euro [+25%]
fondi erogati in convenzione*

*3,5 miliardi di euro [+21%]
impieghi in essere a fine anno*

600 milioni di euro [+20%] Utilizzi di linee a breve termine

A supporto dell'attività abbiamo attivato il portale **UBI-Confidi Web** che consente ai Confidi convenzionati e alle Banche del Gruppo di comunicare fra loro online, con maggior efficienza e tempestività, per lo scambio di flussi informativi.

Alla luce della crescente operatività con i Confidi e delle forti dinamiche evolutive in atto, nel corso del 2011 verrà adottato un nuovo modello di servizio per regolare e uniformare, a livello di tutte le Banche del Gruppo, i processi di stipula delle convenzioni, valutazione dei Confidi e monitoraggio dell'operatività. Anche il portale verrà arricchito di ulteriori funzionalità innovative in chiave sia di presidio creditizio che di sviluppo commerciale.

Specializzazione settoriale

Nel segmento Small Business abbiamo sviluppato offerte differenziate per settori merceologici in funzione dei bisogni finanziari prevalenti e della specificità della catena di valore.

Nel corso del 2010 abbiamo attivato l'offerta commerciale dedicata alle aziende agricole denominata **SubitoImpresa Agricoltura** che segue quella rivolta al settore del commercio all'ingrosso **Spazio Impresa - Commercio all'Ingrosso**.

¹⁰ Dati a febbraio 2011

Il contributo alla diffusione della responsabilità sociale

Contribuire alla diffusione di comportamenti improntati a responsabilità sociale e sostenibilità per la Banca è una possibilità concreta attraverso le proprie offerte commerciali.

In campo ambientale da tempo abbiamo attivato una serie di prodotti e servizi finalizzati a sostenere gli investimenti dei privati e delle imprese per il risparmio energetico e il ricorso alle energie rinnovabili descritti nel capitolo sull'ambiente.

Indicatori di sostenibilità per le PMI

Nell'ambito del processo di erogazione dei crediti, abbiamo iniziato a inserire nei questionari qualitativi di valutazione delle imprese alcune informazioni relative alle loro prestazioni sociali e ambientali, che si aggiungono alle informazioni sul governo già utilizzate.

Queste informazioni, oltre ad arricchire il patrimonio di conoscenza della banca, anche rispetto alla considerazione di potenziali rischi reputazionali e di non conformità, fanno emergere e valorizzano le buone prassi attuate dalle piccole e medie imprese, tradizionalmente poco comunicate.

In questa direzione si muove il Protocollo d'Intesa sulla responsabilità sociale d'impresa e l'utilizzo degli indicatori ambientali, sociali e di governo firmato a inizio 2011 da ABI, Confindustria e Ministero dello Sviluppo Economico. La firma di questo protocollo si inserisce in un progetto di collaborazione sul tema avviato da ABI e Confindustria, con l'attivazione in ABI di un gruppo di lavoro al quale abbiamo aderito.

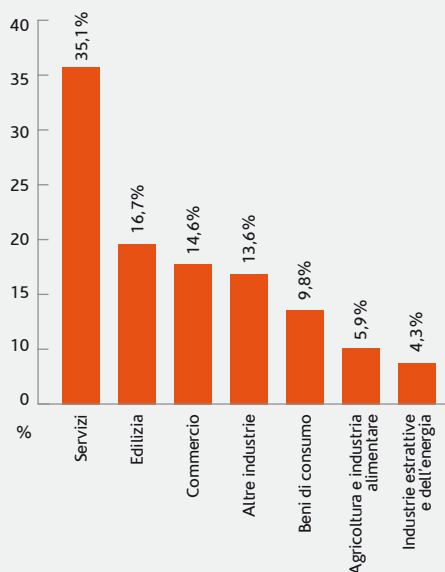
Investimenti socialmente responsabili

Ai clienti che desiderano investire nei fondi etici, che rientrano nella più ampia categoria degli investimenti socialmente responsabili, offriamo **UBI Pramerica Azionario Etico**.

Il fondo, gestito dalla nostra società di gestione del risparmio UBI Pramerica (www.ubipramerica.it), investe in titoli di emittenti selezionati da E. Capital Partners (società di consulenza indipendente leader europea nei servizi di finanza etica) secondo requisiti di eticità e responsabilità sociale, senza rinunciare ad una corretta gestione finanziaria.

Ogni anno UBI Pramerica devolve il 5% delle commissioni di gestione del fondo a enti e associazioni con finalità benefiche: l'importo relativo al 2010, pari a 31.600 euro, è stato destinato in parti uguali alla Fondazione CESVI Cooperazione e Sviluppo Onlus di Bergamo e a Save the Children Onlus.

Impieghi alle imprese per settore



Il fondo UBI Pramerica Azionario Etico (dati al 28/02/2011)

Patrimonio netto gestito (milioni di euro)	16,58
Sul totale del patrimonio gestito in fondi	0,08%

Primi 10 titoli in Portafoglio

Nome	Settore
Total sa (FR)	Energia
Unilever cert. of shs (NL)	Beni di consumo
Telefonica sa (ES)	Telecomunicazioni
Koninklijke Ahold nv (NL)	Servizio al consumo
Sampo plc a (FI)	Finanza
Intesa San Paolo spa (IT)	Finanza
Allianz se/nam. vinkuliert (DE)	Finanza
Eni spa Roma (IT)	Energia
Nokia oy (FI)	Telecomunicazioni
Inditex/reg. (ES)	Beni di consumo
47,6% su patrimonio totale del fondo	