



**LE BANCHE
E LE PRINCIPALI SOCIETÀ
DEL GRUPPO BIPIEMME**

BANCA DI LEGNANO S.P.A.

STORIA

Fondata nel dicembre 1887, la Banca di Legnano nasceva per rispondere alle esigenze finanziarie dell'industria manifatturiera, che in quegli anni assumeva un ruolo di primo piano nella vita economica dell'area a nord di Milano, costituendo quel gran polo produttivo che è rimasto fino ad oggi caratteristica costante di tale zona.

Nel periodo dalla costituzione dell'Istituto alla fine della prima guerra mondiale si assisteva ad un sicuro sviluppo delle attività della Banca, che intrecciava intensi rapporti con i più importanti complessi industriali locali e sosteneva con vigore il terziario ed il risparmio pubblico, diventando una presenza viva e rassicurante in una regione in rapido sviluppo.

Né la grande guerra né gli eventi immediatamente successivi turbavano il buon andamento dell'Istituto, che sapeva gestire abilmente i problemi connessi con la riconversione da un'economia bellica ad una di pace, favorendo il consolidamento definitivo di una tra le realtà industriali di punta del Paese.

Negli anni del secondo dopoguerra la Banca partecipava intensamente alle attività di ricostruzione e, durante il "boom" economico, contribuiva allo sviluppo della moderna industria italiana. È di quegli anni l'ingresso della Banca Commerciale Italiana nella compagine azionaria quale socio di maggioranza.

Dal 2001 la Banca di Legnano fa parte del Gruppo Banca Popolare di Milano.

Nel settembre 2002 la Banca di Legnano S.p.A. è stata oggetto di fusione per incorporazione nella Fin Partecipazioni S.p.A. che ha assunto la ragione sociale della incorporata Banca di Legnano.

MISSIONE

Banca di Legnano sviluppa la propria caratteristica distintiva di azienda al dettaglio, con spiccata vocazione localistica e, quindi, di banca di riferimento per la clientela retail e per le piccole e medie imprese nelle aree di presenza storica e limitrofe, con particolare riguardo all'alto milanese e province contigue.

La sua missione è in linea con il Piano di riorganizzazione industriale del Gruppo Bipiemme.

STRATEGIA

La politica commerciale dell'Istituto, in una prospettiva di medio/lungo periodo, si sviluppa secondo due direttrici principali: il recupero di quote di mercato e l'incremento dell'efficienza.

Recupero quote di mercato

Banca di Legnano assume sempre più la caratteristica di "banca rete", inserita in un territorio ben definito nel quale lo sviluppo commerciale è necessariamente legato al rafforzamento sul territorio storicamente presidiato mediante il recupero delle quote di mercato. L'attenzione è rivolta a tutti i segmenti della Clientela, privata, imprese, pubblica amministrazione, enti ed associazioni, mediante l'offerta di prodotti adeguati al soddisfacimento dei rispettivi bisogni.

Incremento efficienza

L'obiettivo è perseguibile tramite:

- analisi quantitativa per verificare la presenza delle risorse in Rete e migliorarne la distribuzione;
- analisi qualitativa dei profili professionali, per la definizione di opportuni percorsi formativi personalizzati.

(milioni di euro)

	Dati economico patrimoniali	
	2005	2004
Raccolta	2.417,3	2.216,7
Impieghi	2.440,7	2.046,7
Margine di intermediazione	172,1	158,4
Risultato della gestione finanziaria	166,1	151,1
Costi operativi	-79,2	-76,1
Utile Netto	62,7	44,2
Patrimonio netto (incluso utile di periodo)	1.180,8	1.112,2

	Altre informazioni	
	2005	2004
Raccolta indiretta (milioni di euro)	4.023,4	3.972,2
- di cui Risparmio gestito (milioni di euro)	2.114,2	1.892,7
Sportelli	106	103
Dipendenti*	821	850
Clienti	154.821	153.070
- di cui privati	86,7%	88,6%
- di cui imprese	13,3%	11,4%

* Collaboratori più "Distacchi" più Interinali

GOVERNANCE

(alla data del 30 giugno 2006)

Consiglio di Amministrazione

Composto da 14 membri:

Presidente: prof. dott. Rocco Corigliano

Vice Presidente: rag. Giuseppe Coppini

Vice Presidente: prof. dott. Maria Martellini

Consiglieri: dott. Giorgio Bianchini Scudellari, Sig. Eugenio Crosta, dott. Roberto Fusilli, Sig. Francesco Giaretta, dott. Alberto Lazzarini, dott. Aldo Mario Mainini, dott. Giuseppe Merlini, rag. Leone Spozio, dott. Anna Strazzerà, dott. Jean Jacques Tamburini, prof. avv. Valerio Tavormina.

Ai sensi dell'art. 25 dello Statuto Sociale il Consiglio si riunisce, di regola, una volta al mese: nel corso dell'anno 2005 si sono svolte n. 13 sedute.

Comitato Esecutivo

Composto da 5 membri:

Presidente: prof. dott. Rocco Corigliano

Vice Presidente: rag. Giuseppe Coppini

Vice Presidente: prof. dott. Maria Martellini

Consiglieri: Sig. Francesco Giaretta, rag. Leone Spozio.

Il Comitato Esecutivo si riunisce di norma ogni quindi giorni: nel corso dell'anno 2005 si sono svolte n. 19 sedute.

Collegio Sindacale

Presidente: dott. Giuseppe Pajardi

Sindaci effettivi: rag. Enrico Castoldi, prof. dott. Luigi Doppietti

Organismo di Vigilanza

ai sensi del D.Lgs. 231/2001

Presidente: prof. Avv. Valerio Tavormina

Consigliere: dott. Anna Strazzerà

Direttore Controlli: dott. Remo De Monte

L'alta Direzione della Banca partecipa inoltre a vari Comitati di Gruppo, tra i quali il Comitato Liquidità, il Comitato Intergruppo, il Comitato Politiche Creditizie ed il Comitato Politiche Commerciali e Comunicazione.

RETE DISTRIBUTIVA

	Agenzie	ATM	POS
Provincia di Milano	66	75	1.064
Provincia di Varese	19	19	472
Provincia di Como	10	11	96
Provincia di Novara	11	11	94
altre province	–	–	14
Totale	106	116	1.740

CLIENTI

La Banca è impegnata a perseguire il miglioramento e la valorizzazione della propria vocazione di "Banca del territorio" da attuarsi mediante l'intensificazione dei contatti e dei rapporti con la Clientela effettiva e potenziale, con le Istituzioni e con le Associazioni. Ciò al fine di interpretare i bisogni emergenti dal territorio e quindi soddisfarli al meglio.

Numero clienti per tipologia	2005	%	2004	%
Clienti Privati	197.929	87,4	195.465	87,9
Clienti Piccole Imprese	22.977	10,2	22.038	9,9
Clienti Medie e Grandi Imprese	1.223	0,5	957	0,4
Clienti Pubblica Amministrazione	29	–	22	–
Clienti Terzo Settore	4.166	1,9	3.959	1,8
Totale	226.324	100	222.441	100

Piccole Imprese per Settore di attività	2005	%	2004	%
Agricoltura	97	0,5	94	0,5
Industria	4.740	20,6	4.508	20,4
Artigianato	6.679	29,1	6.535	29,7
Servizi	3.156	13,7	2.883	13,1
Commercio	3.250	14,1	3.170	14,3
Altro	5.055	22,0	4.848	22,0
Totale	22.977	100	22.038	100

Prodotti e servizi

L'offerta di prodotti e servizi è perfettamente allineata a quella del Gruppo di appartenenza per coprire la domanda emergente da tutti i segmenti di Clientela e, nel contempo, migliorare gli indici di cross selling e di fidelizzazione.

Nel campo della raccolta indiretta la Clientela privata è adeguatamente sostenuta con la

consulenza sull'asset allocation dei propri portafogli, affiancata dall'offerta di nuovi prodotti rappresentati dai numerosi collocamenti, con intensificazione dell'offerta nel comparto della raccolta gestita e dei prodotti di banca assicurazione.

Nel comparto delle aziende si perseguono gli obiettivi di sviluppo dei finanziamenti leasing, dei finanziamenti assistiti da garanzia consortile e da agevolazioni pubbliche e del credito edilizio. Nel comparto dei servizi grande attenzione è rivolta allo sviluppo dei servizi telematici We@bank e inLineaNet, nonché dei servizi tradizionali (Estero, portafoglio, Carte di credito e di debito, POS).

Comunicazione

Banca di Legnano ha proseguito nel 2005 la propria strategia di comunicazione nei confronti della clientela in modo capillare, sistematico e periodico. Attraverso il canale dell'estratto conto mensile e degli estratti relativi alle posizioni titoli, la clientela ha ricevuto puntuali informazioni di natura commerciale, proposte culturali e iniziative a carattere sociale che hanno visto impegnata la Banca nel corso dell'anno.

COLLABORATORI

Banca di Legnano ha sempre cercato e sempre cercherà di coinvolgere i collaboratori nella missione spiccatamente commerciale della Banca; l'obiettivo è quello di motivare sempre più comportamenti virtuosi volti ad intraprendere, sviluppare e coltivare efficaci relazioni con la clientela. A tal fine verranno sempre più coinvolti tutti i dipendenti (non solo quelli operanti in Rete) e richiesti agli Uffici di Direzione comportamenti coerenti con tale linea.

Pari opportunità

Nel corso del 2005 le assunzioni di donne hanno superato di due unità quelle di uomini; peraltro, le prime registrano un livello di scolarizzazione superiore.

L'anno ha visto l'attivazione di un progetto di accensione di contratti a tempo determinato, a fronte di sette maternità. Il progetto da un lato ha inteso, in termini di clima interno, dare un coerente messaggio di assicurazione alle Colleghe in maternità, dall'altro ha consentito a neolaureate di arricchire il proprio curriculum con una prima significativa esperienza di lavoro.

Suddivisione per qualifica		2005	%
Dirigenti	Uomini	14	1,77
	Donne	1	0,13
Quadri direttivi	Uomini	272	34,43
	Donne	33	4,18
Impiegati	Uomini	305	38,61
	Donne	165	20,89
Totale		790	100

Composizione del personale		2005	%
N° collaboratori a tempo indeterminato		726	91,90
N° collaboratori a tempo determinato		7	0,89
N° collaboratori part-time		39	4,94
N° collaboratori con contratti di inserimento		18	2,28
Totale		790	100%
N° lavoratori interinali		13	

Età media del personale	2005	
	Uomini	Donne
Dirigenti	53,57	55
Quadri direttivi	46,58	43,70
Impiegati	39,80	36,95
Media	43,32	38,16

Distribuzione per struttura di appartenenza		2005	
		Uomini	Donne
Struttura periferica	79%	474	148
Struttura centrale	21%	117	51
Totale	100%	591	199

Flussi di entrata ed uscita del personale		2005
Entrate		32
Uscite ¹		52
Entrate-uscite		-20

¹ pensionamenti e passaggi a consociate

Titolo di studio dei dipendenti	2005	
	Uomini	Donne
Laurea o diploma di laurea	107	46
Diploma scuola media superiore	406	135
Licenza media o diploma scuola media inferiore	78	18
Totale	591	199

Formazione

Il 2005 ha registrato un cospicuo numero di giornate/uomo dedicate ad eventi formativi. Delle 2.836 giornate/uomo di formazione, il 19% sono riconducibili a corsi riguardanti l'area operativa mentre il rimanente è riconducibile ad argomenti afferenti più direttamente alla sfera commerciale. Di questi il 28% ha riguardato il percorso aziende, il 72% l'ambito privati. Il 2005, complessivamente, ha ancora visto la preponderanza di interventi formativi di base, volti ad assecondare i rapidi processi di crescita dai ruoli operativi ai primi livelli commerciali.

Contenuti formativi	2005 gg/uomo
Addestramento procedurale	530
Formazione professionale	2.116,5
Seminari - iniziative - altro	129
Totale	2.836,5

Attività sociali e clima organizzativo

Le attività ricreative in senso stretto sono "appaltate" al Cral aziendale che riceve, annualmente, un significativo sostegno economico. Quest'anno si è tenuta la seconda edizione di un incontro con la Presidenza e l'alta Direzione, nel corso del quale sono stati premiati tutti i Colleghi con anzianità pari a 25-35 anni; all'incontro sono stati invitati anche coloro i quali si sono congedati per pensionamento nel corso dell'anno ed i neo assunti.

Annuale l'appuntamento con tutti i Pensionati della Banca. A fronte di uno dei due decessi registratisi durante l'anno, si è proceduto all'assunzione della vedova del lavoratore, in analogia con quanto fatto, in caso simile, lo scorso anno.

Il piano "incentivi all'esodo" del 2005 ha previsto la possibilità di candidare, a una selezione con modalità integrata, un figlio del pensionando.

Comunicazione

L'incontro rappresenta ad oggi la prevalente modalità di comunicazione e coinvolgimento sia per le strategie commerciali sia per gli orientamenti strategici. Nelle occasioni opportune il Direttore Generale ha personalmente comunicato con ogni singolo Collaboratore facendo uso di lettere autografe.

COLLETTIVITÀ

Banca di Legnano sostiene iniziative culturali, sociali, sportive e solidali promosse da associazioni, enti e privati che operano sul territorio di riferimento della Banca.

In particolare per quanto riguarda le iniziative culturali nel 2005 Banca di Legnano ha pubblicato il volume "Storie incrociate. Banca, Imprese, Territorio" con il quale ha voluto raccontare la storia di un gruppo di imprese di Milano e Provincia che, al pari di essa, si comportano come istituzioni economiche del territorio: sono cioè anagraficamente, economicamente e socialmente riconoscibili per la continuità delle relazioni economiche privilegiate costruite con la comunità che vive ed opera all'interno del territorio stesso. La ricerca ha rappresentato per la Banca di Legnano una fonte preziosa per indagare la percezione diffusa del proprio sistema di relazione e di servizio e per comprendere quali sono gli elementi che, accanto alle usuali condizioni di servizio offerte al cliente, determinano la differenza rispetto ad altri competitori e garantiscono l'instaurarsi di un rapporto privilegiato.

Nel corso del 2005 è proseguito ed è stato portato a termine l'impegno, avviato nel 2004, finalizzato alla costituzione di una Fondazione della Comunità locale che ha visto quali promotori, oltre alla Banca di Legnano, i Comuni di Abbiategrasso, Legnano e Magenta, la Fondazione Cariplo, la Camera di Commercio di Milano e la Fondazione Famiglia Legnanese.



La Fondazione, operante nella parte ovest della provincia di Milano, non ha scopi di lucro e persegue esclusivamente fini di solidarietà sociale, promuovendo il miglioramento della qualità della vita della propria comunità stimolandone lo sviluppo civile, culturale, sociale ambientale ed economico.

La costituzione della Fondazione, denominata "Fondazione Comunitaria del Ticino Olona", è stata fissata per il febbraio 2006, presso la sede della Banca di Legnano.

La Banca gestisce numerose tesorerie di Comuni e istituzioni scolastiche, nonchè la tesoreria dell'Ospedale Civile di Legnano.

(unità di euro)

Interventi nel sociale	2005	2004
Scuola, cultura e sanità	159.141	10.507
Solidarietà	8.850	11.122
Associazioni	27.330	16.552
Altro	136.280	76.686
Totale	331.601	114.867

CASSA DI RISPARMIO DI ALESSANDRIA S.P.A.

STORIA

La Cassa di Risparmio di Alessandria è stata istituita con Regio Brevetto del 21 agosto 1838.

Nell'ambito del progetto di ristrutturazione predisposto ai sensi della Legge del 30 luglio 1990 n. 218 e approvato con D.M. del 23 dicembre 1991, la Cassa di Risparmio di Alessandria ha attuato lo scorporo dell'azienda bancaria con la costituzione della Cassa di Risparmio di Alessandria S.p.A.. Con effetto dal 24 settembre 2004, la Banca Popolare di Milano detiene l'80% del capitale sociale della Cassa di Risparmio di Alessandria, che è entrata pertanto a far parte del Gruppo Bipiemme.

(milioni di euro)

Dati economico patrimoniali	2005	2004
Raccolta	1.760,2	1.639,0
Impieghi	1.471,1	1.340,1
Margine di intermediazione	93,4	84,0
Risultato della gestione finanziaria	80,0	72,8
Costi operativi	-59,9	-64,6
Utile netto	16,2	3,2
Patrimonio netto (incluso Utile di periodo)	161,9	145,6

Altre informazioni	2005	2004
Raccolta indiretta (milioni di euro)	2.179,3	1.944,5
- di cui Risparmio gestito (milioni di euro)	922,9	795,8
Sportelli	82	82
Dipendenti	580	589
Clienti	113.872	108.565
- di cui privati	88%	87%
- di cui imprese	12%	13%

MISSIONE

La Cassa di Risparmio di Alessandria vuole contribuire a promuovere lo sviluppo del territorio nel quale opera attraverso un'attenzione costante nei confronti delle esigenze delle famiglie e delle imprese locali, con particolare riguardo alle piccole e medie. Il legame con il territorio si sviluppa anche attraverso gli innumerevoli servizi di tesoreria forniti alla Pubblica Amministrazione.

STRATEGIA

La strategia della Cassa di Risparmio di Alessandria si sostanzia nell'obiettivo di rafforzare ed accrescere la vocazione di banca retail, con l'offerta di una completa gamma di servizi e di prodotti di elevata qualità, con particolare attenzione all'attività di

consulenza globale. L'integrazione nel Gruppo Bipiemme svolge un ruolo rilevante per recuperare e consolidare redditività, per il contenimento dei costi e l'incremento di produttività ed efficienza.

• Sviluppo delle risorse umane e organizzazione

Le risorse umane costituiscono una variabile importante e strategica, la cui gestione deve tendere, attraverso interventi di riorganizzazione aziendale e sinergie con la Capogruppo, ad un maggiore livello di efficienza complessiva, finalizzata al recupero di competitività e ad un maggiore orientamento verso la clientela ed il mercato.

• Innovazione e tecnologia

Le risorse tecnologiche rappresentano uno strumento fondamentale per consentire l'equilibrata realizzazione delle linee strategiche, per l'adeguamento alle norme di "legge" di tutte le procedure informatiche e per poter offrire nuovi prodotti in linea con le più moderne tecnologie ed in grado di soddisfare le esigenze della clientela.

• Marketing e comunicazione

È considerata strategica la continua rivitalizzazione dei rapporti con la clientela appartenente ai settori ai quali la Banca è tradizionalmente e storicamente legata: privato (famiglie e tessuto imprenditoriale, in particolare PMI); pubblico (enti e istituzioni facenti parte del sistema delle autonomie locali); civile (associazioni e organizzazioni del sistema no - profit).

GOVERNANCE

(alla data del 30 giugno 2006)

Consiglio di Amministrazione

Composto da 15 membri:

Presidente: dott. Giuseppe Pernice

Vice Presidente: avv. Paolo Manzato

Consiglieri: rag. Marco Bertini, sig. Paolo Bianchi, dott. Giorgio Bianchini Scudellari, rag. Sergio Guglielmero, dott. Piero Lonardi, geom. Giacomo Maranzana, dott. Piero Martinotti, Gr. Uff. Piero Milano, dott. Renzo Giuseppe Patria, ing. Roberto Roveta, sig. Bruno Tacchino, prof. Luciano Vandone, dott. Michele Zefferino.

Di norma le riunioni del Consiglio avvengono con cadenza mensile.

Comitato Esecutivo

Composto da 5 membri:

Presidente: dott. Giuseppe Pernice

Vice Presidente: avv. Paolo Manzato

Consiglieri: dott. Giorgio Bianchini Scudellari, dott. Piero Martinotti, dott. Michele Zefferino.

Le riunioni del Comitato Esecutivo di norma hanno cadenza quindicinale.

Collegio Sindacale

Presidente: rag. Enrico Castoldi

Sindaci effettivi: dott. Guido Barberis e dott. Antonio Ortolani.

Organismo di Vigilanza

ai sensi del D.Lgs. 231/2001

Presidente: avv. Paolo Manzato

Consiglieri: geom. Giacomo Maranza, rag. Guido Porta, Vice Direttore Generale, dott. Enrico Accomello, responsabile dell'Ufficio Internal Auditing, e dott. Adriano Parrini di Banca Popolare di Milano.

RETE DISTRIBUTIVA

82 Agenzie retail: 65 in provincia Alessandria (sede Alessandria, 2 succursali e 62 filiali); 5 in provincia di Asti; 2 in provincia di Pavia; 4 in provincia di Genova; 2 in provincia di Savona; 3 in provincia di Vercelli; 1 in provincia di Cuneo e 1 ufficio di rappresentanza in Milano.

CLIENTI

Numero clienti per tipologia	2005	%
Clienti Privati	96.895	85,1
Imprese	13.135	11,5
Clienti Pubblica Amministrazione	136	0,1
Clienti Terzo Settore	3.706	3,3
Totale	113.872	100

COLLABORATORI

La Cassa di Risparmio di Alessandria, nel quadro del processo sempre più avanzato di integrazione e di avvicinamento alla Capogruppo afferma la propria filosofia di gestione delle risorse umane incentrata sulla correttezza, sulla trasparenza dei processi interni di comunicazione.

In particolare sono state perseguite e messe in atto politiche interne tese a:

- considerare la risorsa umana un bene dell'azienda;
- valorizzare competenze, professionalità ed anche caratterialità dei collaboratori per una crescita personale e dell'azienda;
- ricercare una preventiva condivisione delle politiche (proprie tradizionali e quelle sinergiche, ancorché in itinere) con la Capogruppo;
- rapportarsi/confrontarsi sempre più con omologhi settori della Capogruppo, sfruttando le alte professionalità esistenti. In tal senso forte e decisivo è il contributo di risorse, in distacco dalla Capogruppo.

Suddivisione per qualifica		2005	%
Dirigenti	Uomini	7	1,2
	Donne	–	–
Quadri direttivi	Uomini	107	18,4
	Donne	55	9,5
Impiegati	Uomini	160	27,6
	Donne	251	43,3
Totale		580	100,0

Età media del personale	2005	
	Uomini	Donne
Dirigenti	56	–
Quadri direttivi	50	49
Impiegati	40	40
Media	44	42

Composizione del personale	2005	%
N° collaboratori a tempo indeterminato	503	86,7
N° collaboratori a tempo determinato	31	5,4
N° collaboratori part-time	46	7,9
Totale	580	100,0
N° lavoratori interinali	14	2,4

Distribuzione per struttura di appartenenza		2005	
		Uomini	Donne
Struttura periferica	70,7%	193	217
Struttura centrale	26,4%	80	73
Fuori struttura	2,9%	1	16
Totale	100,0%	274	306

Titolo di studio dei dipendenti	2005	
	Uomini	Donne
Laurea o diploma di laurea	66	56
Diploma scuola media superiore	191	235
Licenza media o diploma scuola media inferiore	14	7
Altri	3	8
Totale	274	306

Flussi di entrata ed uscita del personale	2005
Entrate	50
Uscite ¹	59
Entrate-uscite	-9

¹ la quasi totalità dovuta a pensionamenti

Formazione

Il piano di formazione 2005 ha per necessità privilegiato la formazione dei numerosi neo-assunti (39 giovani) e di 14 lavoratori interinali (di cui 6 assunti sul finire dell'anno), impegnando in più riprese i docenti interni incaricati (corso di formazione base, affiancamento "sul campo" e dieci giorni di formazione continua).

Ridotti, rispetto al 2004, gli interventi formativi di area commerciale, anche perché spesso surrogati da riunioni di Area di analogo stampo.

Di vario segno, invece, i corsi esterni, cui il personale ha partecipato o per indirizzamento

Contenuti formativi	2005 gg/uomo
addestramento procedurale	131
formazione manageriale	132
formazione commerciale	87,5
formazione professionale	548
formazione neo assunti	582,5
formazione a distanza	410
lingue	-
seminari - iniziative - altro	26,5
Totale	1.917,5

Formazione per categoria		2005
Dirigenti	Popolazione totale	1
	N° giorni	1
Quadri direttivi	Popolazione totale	120
	N° giorni	551,5
Impiegati	Popolazione totale	340
	N° giorni	1365
Totale	Popolazione totale	461
	N° giorni	1.917,5

diretto da parte dei rispettivi Responsabili o per precise scelte del settore formazione del Personale. E' poi proseguita nel 2005 la formazione manageriale – destinatari 12 dirigenti di Agenzia – come erogata nel Corso "Master". L'attività didattica è stata svolta in più sezioni da gennaio sino ad aprile, per un totale di 12 giornate in aula ed ha affrontato e sviluppato le aree: tecnica (finanziaria e giuridica), marketing e pianificazione ed, infine, gestione risorse umane.

COLLETTIVITÀ E ISTITUZIONI

Localmente la Cassa di Risparmio di Alessandria può considerarsi leader nella gestione dei servizi di tesoreria degli Enti Locali in quanto svolge tale attività per oltre 250 Enti tra cui la Provincia ed il Comune capoluogo.

La Banca ha pubblicato, in collaborazione con la Fondazione Cassa di Risparmio di Alessandria, il libro strenna "Monferrato. Identità di un territorio". Si tratta del secondo volume della collana editoriale dedicata al Monferrato, importante area collinare del territorio, la cui valorizzazione culturale, ambientale e turistica ha un ruolo centrale nella ridefinizione dei destini economici e sociali dell'Alessandrino.

Interventi nel sociale	2005 (Euro)
Scuola, cultura e sanità	116.000
Altro	24.000
Totale	140.000

(unità di euro)

IMPEGNI PER IL FUTURO

Obiettivi	Modalità	Tempi
Iniziative su segmenti di clientela/ nuovi mercati	Sviluppo di nuovi prodotti, in sinergia con la Capogruppo, con l'obiettivo di completare l'offerta su specifici segmenti di clientela (extracomunitari, mutui ipotecari 100%, carte di credito prepagate). Nel comparto impieghi verranno attivate nuove formule di finanziamento in collaborazione con i Consorzi del Credito e le Associazioni di categoria. Saranno realizzati anche specifici "pacchetti" per il comparto agrario.	Entro 2006
	Saranno attivati nuovi accordi di collaborazione con le associazioni di categoria nelle diverse province di insediamento della banca con l'obiettivo di incrementare la penetrazione commerciali nei diversi segmenti di mercato	Entro 2006

BANCA AKROS S.P.A.

PROFILO

Banca Akros, specializzata nell'investment e private banking del Gruppo Bipiemme, è punto di riferimento per Istituzioni, aziende e privati che operano sui mercati finanziari.

Alla base dei servizi altamente specializzati che Banca Akros offre alla propria clientela vi è una costante attività di analisi finanziaria sui mercati azionari. Banca Akros controlla in Italia Akros HFR Alternative Investments SGR e negli Stati Uniti (New York) Akros Securities Inc. e ESN North America Inc.

(dati in milioni di euro)

Dati economico patrimoniali	2005	2004
Debiti verso clientela	649,8	198,0
Crediti verso clientela	119,1	86,4
Margine di intermediazione	84,6	51,7
Risultato della gestione finanziaria	83,8	44,0
Costi operativi	-56,6	-39,3
Utile netto	31,7	0,8
Patrimonio netto (incluso utile di periodo)	82,0	55,4

Altre informazioni	2005	2004
Raccolta indiretta clientela (in milioni di euro)	2.026,0	1.840,0
- Di cui risparmio gestito (in milioni di euro)	903,0	761,0
Sportelli	1	1
Numero medio dipendenti	251	249

STRATEGIE

La strategia di Banca Akros si fonda su innovazione e specializzazione nei mercati finanziari e su una radicata operatività domestica, ampliata nel corso degli anni con un forte sviluppo delle attività sui principali mercati internazionali.

Banca Akros rappresenta una controparte di riferimento nei servizi di Investment e Private Banking per:

- aziende di medie e grandi dimensioni (quotate e non);
- investitori istituzionali e intermediari (banche, assicurazioni, fondazioni bancarie, SIM, SGR, SICAV e asset manager in generale);
- enti pubblici e pubbliche amministrazioni;
- clientela private selezionata (high net worth individuals).

La controllata Akros HFR Alternative Investment SGR gestisce Fondi di fondi hedge di diritto italiano per offrire alla clientela strumenti di investimento orientati ad una razionale diversificazione del rischio e ad una conseguente ottimizzazione del rendimento atteso. I fondi inclusi nelle gestioni sono selezionati secondo rigorosi criteri di trasparenza ed analisi delle performance.

L'iniziativa è condotta in partnership con Hedge Fund Research, società leader a livello mondiale nella selezione dei gestori di fondi hedge, che ha anche acquisito una partecipazione azionaria nella stessa Akros HFR Alternative Investments SGR.

GOVERNANCE

(alla data del 30 giugno 2006)

Consiglio di Amministrazione

Composto da 10 membri

Presidente: avv. Graziano Tarantini;

Vice Presidenti: dott. Mario Artali, dott. Ernesto Paolillo;

Amministratore Delegato: dott. Marco Federico Turrina

Consiglieri: dott. Maurizio Biliotti, dott. Roberto Cavallotti, dott. Dario Martelli, rag. Giordano Pelosato, dott. Gianfranco Pittatore, dott. ing. Leonardo Savini.

Collegio Sindacale

Presidente: dott. Marco Baccani;

Sindaci effettivi: rag. Enrico Castoldi, dott. Ezio Maria Simonelli.

Organismo di Vigilanza

ai sensi del D.Lgs 231/2001

Dott.ssa Alessandra Barzaghi, dott. Ferrante Zilioli.

I SERVIZI DI BANCA AKROS

I servizi offerti da Banca Akros coprono l'intera gamma di attività di Investment & Private Banking.

L'attività di Banca Akros nell'Investment Banking comprende la sottoscrizione ed il collocamento di titoli azionari e obbligazionari di aziende e banche, la quotazione di aziende in borsa, l'organizzazione di prestiti obbligazionari di enti pubblici o privati, la gestione di servizi finanziari alle imprese, come l'intermediazione azionaria e obbligazionaria di titoli, la tesoreria e il forex desk, la negoziazione di strumenti finanziari complessi e l'analisi finanziaria. Il private banking di Banca Akros comprende le attività di gestione patrimoniale personalizzata, di raccolta ordini per l'operatività sui mercati finanziari domestici e internazionali, nonché tutte le attività di "Wealth management" a favore della propria clientela. Per rispondere in maniera sempre più ampia alle sofisticate esigenze della clientela istituzionale e privata di alto standing il Gruppo Banca Akros, tramite Akros Alternative Investments SGR, ha lanciato sul mercato alcuni fondi "speculativi" (fondi di fondi hedge).

RICERCA E ANALISI FINANZIARIA

Il team di Analisi Finanziaria di Banca Akros è il centro di ricerca finanziaria del Gruppo Bipiemme. L'attività di ricerca si estende all'analisi fondamentale azionaria, alla ricerca macroeconomica ed all'analisi tecnica. Al fine di assicurare alla propria clientela la copertura integrata dei mercati azionari europei, Banca Akros è stata una delle istituzioni fondatrici di European Securities Network LLP (E.S.N.), la società pariteticamente posseduta da 10 primarie banche ed intermediari europei indipendenti, attivi nella negoziazione e nella produzione di ricerca azionaria in comune, con spiccate caratteristiche d'indipendenza e di assenza di conflitti d'interesse, su circa 800 titoli azionari Europei. ESN è un network multi-locale che conta 130 analisti dedicati ai mercati azionari europei:

- Italia: Banca Akros
- Belgium: Bank Degroof
- France: CM - C.I.C Securities
- Germany: Equinet
- Greece: Egnatia Securities
- Netherlands: F. van Lanschot Bankiers
- Portugal: Caixa Banco Investimento
- Spain: Caja Madrid Bolsa
- UK & Ireland: NBC Stockbrokers
- Finland: Mandatum Securities

COLLABORATORI

Suddivisione per qualifica		2005
Dirigenti	Uomini	24
	Donne	1
Quadri direttivi	Uomini	79
	Donne	30
Impiegati	Uomini	53
	Donne	54
Totale		241

Tipologia contrattuale	2005
N° collaboratori a tempo indeterminato	223
N° collaboratori a tempo determinato	–
N° collaboratori part-time	18
N° collaboratori con contratti di inserimento	–
Totale	241

Età media del personale	2005	
	Uomini	Donne
Dirigenti	46,75	50,00
Quadri direttivi	39,29	40,20
Impiegati	35,11	35,28
Media	39,02	37,19

Titolo di studio dei dipendenti	2005	
	Uomini	Donne
Laurea o diploma di laurea	70	28
Diploma scuola media superiore	77	49
Licenza media o diploma scuola media inferiore	9	8
Totale	156	85

Flussi di entrata ed uscita del personale	2005
Entrate ¹	16
Uscite ²	15
ENTRATE-USCITE	1

¹ Assunte a tempo indeterminato

² Prevalentemente dimissioni volontarie

BIPIEMME GESTIONI SGR

PROFILO

Bipiemme Gestioni SGR è la società di gestione del risparmio del Gruppo Bipiemme, vanta 20 anni di esperienza nel settore dei fondi comuni avendo iniziato l'attività nel 1984.

L'offerta di prodotti e servizi di Bipiemme Gestioni SGR copre tutte le esigenze del cliente, spaziando dai fondi globali a quelli specializzati geografici e settoriali. La gamma dei prodotti è stata ampliata nel tempo inserendo importanti innovazioni: dai fondi a gestione quantitativa a quelli flessibili, dagli specializzati ai fondi etici e ai multimanager. L'offerta di Bipiemme Gestioni SGR comprende inoltre diverse linee di gestioni patrimoniali in titoli e in fondi, nonché la possibilità di integrare la copertura previdenziale pubblica con un fondo pensione aperto.

La qualità dei servizi offerti da Bipiemme Gestioni SGR ha riscosso nel tempo numerosi riconoscimenti: per il terzo anno consecutivo essa è ai vertici fra le società di gestione del risparmio "big" in Italia, nella classifica Premio Alto Rendimento de "Il Sole 24 Ore": 1° nel 2003 e nel 2004, 2° nel 2005.

Inoltre, nel 2004 e nel 2005, al fondo Bipiemme Iniziativa Europa è stato assegnato il Premio Alto Rendimento come migliore fondo "azionario Europa".

(milioni di euro)

Dati economico patrimoniali	2005	2004
Margine di intermediazione	43,9	39,5
Risultato della gestione finanziaria	43,9	39,5
Costi operativi	-20,5	-21,1
Utile netto	13,9	10,9
Patrimonio netto	36,3	32,1

Altre informazioni	2005	2004
Dipendenti	110	111
Patrimonio fondi comuni e Fondo pensione	12.826,1	11.792,4
Patrimonio gestioni individuali	7.114,0	6.275,0

MISSIONE

Offrire attraverso una gestione professionale, innovativa, trasparente, soluzioni e strumenti su misura per ogni esigenza di impiego del risparmio: fondi comuni di investimento, fondi di fondi, fondi pensione e gestioni patrimoniali.

Diversificare in modo ottimale il portafoglio dei propri clienti in base alla propensione al rischio ed all'orizzonte temporale.

STRATEGIE

- rendere sempre più efficace l'azione operativa nel settore di riferimento;
- disporre di una completa gamma di prodotti/ servizi ricercandone costantemente l'eccellenza in relazione al mutare delle condizioni competitive;
- conseguire il consolidamento della redditività attraverso la crescita significativa dei ricavi e la realizzazione di interventi focalizzati sui costi gestionali;

GOVERNANCE

(alla data del 30 giugno 2006)

Consiglio di Amministrazione

Composto da 11 membri:

Presidente: prof. Marco Vitale

Vice Presidente dott. Marcello Priori

Vice Presidente: dott. Gino Camillo Puliti

Consiglieri: dott. Maurizio Biliotti, dott. Roberto Cavallotti, avv. Italo Ciancia, dott. Roberto Fusilli, dott. Roberto Marmo, prof. Mario Mazzoleni, dott. Gianfranco Pittatore, rag. Sergio Riboldi.

Collegio sindacale

Presidente: dott. Marco Baccani

Sindaci effettivi: dott. Alberto Balestreri, rag. Luigi Dabbicco

Organismo di Vigilanza

ai sensi del D.Lgs. 231/2001

Presidente: avv. Italo Ciancia

Consiglieri: dott. Marco Baccani; dott. Alberto Bianchi.

RETE DISTRIBUTIVA

Bipiemme Gestioni SGR affida la distribuzione dei propri Fondi Comuni all'interno del Gruppo Bipiemme attraverso gli sportelli bancari, un sito internet ed una Rete di Private Bankers, all'esterno del Gruppo attraverso banche terze, assicurazioni, SIM, Rete di Promotori, per un totale di 38 Istituzioni legate da una Convenzione di collocamento.

PRODOTTI

I fondi comuni di Bipiemme Gestioni SGR sono classificabili sulla base di tre categorie funzionali:

- Soluzioni per l'investimento

Fondi articolati e strutturati in modo da soddisfare completamente gli obiettivi di un investitore che vuole delegare alla società di gestione sia la struttura del portafoglio, sia la selezione delle singole attività che lo compongono.

- Strumenti per l'investimento

Fondi specializzati per mercati o per aree geografiche, che concorrono alla formazione del portafoglio diversificato di un investitore che, pur delegando alla società di gestione la selezione delle singole attività, vuole partecipare attivamente alla formulazione della strategia d'investimento più adatta a soddisfare i suoi obiettivi.

- Gestione della liquidità

Fondi rivolti ad individui o persone giuridiche che hanno la necessità di gestire il proprio patrimonio, o parte di esso, in un orizzonte temporale inferiore ai due anni, utilizzando esclusivamente strumenti del mercato monetario. Alle imprese ed agli altri investitori istituzionali, Bipiemme Gestioni dedica anche soluzioni in grado di soddisfare le esigenze di un'efficace ed attiva gestione della tesoreria, senza trascurare i vantaggi di natura fiscale.

CLIENTI

La Società mantiene un costante e continuativo flusso di informazioni nei confronti dei clienti, che consente la massima trasparenza nell'analisi dei servizi offerti ed il massimo sforzo nel supportare i prodotti e servizi offerti con una attività continuativa di consulenza e di risoluzione comune delle esigenze.

La Clientela di Bipiemme Gestioni SGR è composta da banche e SIM che distribuiscono i prodotti/ servizi o li acquistano in proprio. Inoltre, numerosi soggetti Istituzionali (Fondi Pensione, Assicurazioni, Enti Morali ecc.) sono clienti della società per i propri investimenti. Il rapporto con la clientela privata è limitato ad un numero esiguo di clienti con esigenze particolari. La Società, pertanto, opera con clientela di carattere prevalentemente istituzionale, interna o esterna al Gruppo.

RAPPORTI CON L'ESTERNO

Bipiemme Gestioni SGR pone particolare attenzione alla comunicazione verso l'esterno: media e clientela. Attraverso il Servizio Comunicazione e Relazioni Esterne cura ormai da alcuni anni l'attività di relazione con il mondo dei media al fine di rendere il più efficace possibile la diffusione di

notizie al pubblico con:

- comunicati stampa, inviati a quotidiani e periodici finanziari/nazionali e agenzie di stampa;
- incontri con giornalisti finanziari, volti ad illustrare in modo diretto le attività e le diverse iniziative promosse dalla Società;
- aggiornamento e gestione del sito Internet, volto a fornire ogni tipo di informazione utile ai clienti sui prodotti/servizi offerti dalla Società e su notizie aggiornate sull'economia.

Ogni anno Bipiemme Gestioni SGR organizza il Forum Economia e Risparmio, un evento dedicato alle prospettive dei mercati finanziari, con esperti di fama internazionale.

COLLABORATORI

Bipiemme Gestioni SGR, vuole caratterizzarsi per una forte cooperazione all'interno della società e per la valorizzazione dei collaboratori nell'ambito delle migliori pratiche di mercato al fine di attrarre le migliori professionalità e di offrire servizi di grande qualità.

Suddivisione per qualifica		2005	%
Dirigenti	Uomini	7	6,36
	Donne	3	2,73
Quadri direttivi	Uomini	28	25,45
	Donne	14	12,73
Impiegati	Uomini	31	28,18
	Donne	27	24,55
Totale		110	100

Composizione del personale	2005	%
N° collaboratori a tempo indeterminato	105	95,5
N° collaboratori a tempo determinato	–	–
N° collaboratori part-time	5	4,5
Totale	110	100
N° lavoratori interinali	3	

Età media del personale	2005	
	Uomini	Donne
Dirigenti	44,5	47
Quadri direttivi	40	41,5
Impiegati	35,5	35,5
Media	38,5	38

Titolo di studio dei dipendenti	2005	
	Uomini	Donne
Laurea o diploma di laurea	35	14
Diploma scuola media superiore	28	24
Licenza media o diploma scuola media inferiore	3	6
Totale	66	44

ISTITUZIONI

Bipiemme Gestioni SGR intrattiene i rapporti con gli Organi di Vigilanza, associazioni di categoria e consulenti esterni per la cura delle pratiche connesse alla corretta gestione della società ed i rapporti con Banca d'Italia, Consob, Covip, e con associazioni di categoria e consulenti esterni per la cura delle pratiche connesse ai prodotti finanziari. Segue in sede ABI e ASSOGESTIONI le attività dei gruppi di lavoro relativi alle materie di competenza.

COLLETTIVITÀ

Bipiemme Gestioni SGR organizza in collaborazione con il Museo Diocesano di Milano - Fondazione Sant'Ambrogio – l'iniziativa culturale "Un Capolavoro per Milano"

L'iniziativa porta ogni anno a Milano un capolavoro custodito in altre località di non facile accesso al grande pubblico.

Dopo una pausa nel 2005, l'impegno assunto da Bipiemme Gestioni SGR in collaborazione con il Museo Diocesano proseguirà nel 2006, con l'esposizione di un'opera di uno tra i maggiori artisti italiani del XV° secolo.

Anno	Opera	Visitatori
2002	Ecce Homo di Antonello da Messina	15.000
2003	Annunciazione di Domenico Beccafumi	20.000
2004	Cattura di Cristo di Caravaggio	50.000

L'iniziativa ha ricevuto, per il suo alto valore artistico e culturale, il personale apprezzamento del Presidente della Repubblica Carlo Azeglio Ciampi ed il patrocinio del Ministero per i Beni e le Attività Culturali e del Comune di Milano – Cultura e Musei, settore Musei e Mostre.

Bipiemme Gestioni, inoltre, unitamente alla Capogruppo – Banca Popolare di Milano, organizza dal 2000 il Forum Economia e Risparmio, incontro annuale ad alto livello, dedicato agli scenari economici ed ai mercati finanziari, con particolare attenzione ai cambiamenti dei comportamenti e dei bisogni dei risparmiatori ed al modo in cui gli operatori del settore si organizzano per soddisfarli. L'evento è riservato alla clientela ed a personalità del mondo economico-finanziario.

Interventi nel sociale	2005 (euro)
Scuola, Cultura e Sanità	30.000

BIPIEMME VITA S.P.A.

STORIA

Bipiemme Vita nasce nel 1997 con due principali obiettivi:

1. sviluppare prodotti bancassicurativi ad alto contenuto di protezione, in grado di ridurre le incertezze ed assicurare la propria clientela;
2. trasformare l'accordo in essere con un'altra primaria assicurazione in una Compagnia autonoma ed orientata alla clientela della Capogruppo.

Dal 1997 Bipiemme Vita è stata in grado di accrescere fortemente i propri volumi, anche in funzione dei prodotti innovativi proposti, mantenendo sempre un ottimo rapporto di Cost-Income. Nel corso di questi anni Bipiemme Vita è arrivata a disporre di un ottimo e completo portafoglio prodotti e di una qualità e professionalità riconosciute da tutto il mercato (non ultimo l'ennesimo riconoscimento ottenuto dall'Atlante delle Assicurazioni - Indice Lombard: 7° posto assoluto in Italia).

	(migliaia di euro)	
Dati economico patrimoniali (*)	2005	2004
Risultato del conto tecnico rami Vita e danni	33,4	14,8
Utile netto	23,8	11,8
Patrimonio netto (incluso Utile di periodo)	67,0	52,2
Altre informazioni (*)	2005	2004
Premi di nuova produzione	587,0	481,1
Premi totali	632,3	517,6
Riserve tecniche	3.258,0	2.710,0

(*) Dati estratti dal bilancio approvato dal CDA della Società secondo i precedenti principi contabili

MISSIONE

Autorizzata ad esercitare i rami vita, infortuni e malattia con un'offerta di prodotti tesa a garantire le migliori opportunità di risparmio, investimento e protezione, Bipiemme Vita è impegnata a valorizzare il risparmio delle famiglie e delle imprese clienti del Gruppo Bipiemme, attraverso l'offerta dei propri prodotti.

STRATEGIE

Il perseguimento degli obiettivi di Bipiemme Vita deriva direttamente dallo status della stessa di "Compagnia assicurativa del Gruppo Bipiemme". In questo senso tutti gli obiettivi riguardanti le aree cruciali sono definiti sulla base delle indicazioni della Capogruppo con riferimento alla missione dell'impresa (prodotto/mercato e/o stakeholder interessati) e nel rispetto del "Regolamento di Gruppo".

Con riferimento alle Risorse Umane il disegno strategico viene perseguito, sempre nel rispetto di quanto sopra, secondo le indicazioni riportate nelle "Linee politiche per la gestione dei collaboratori" del Gruppo.

GOVERNANCE

(alla data del 30 giugno 2006)

Consiglio di Amministrazione

Composto da 11 membri:

Presidente: prof. Rocco Corigliano;

Amministratore Delegato: dott. Adriano Amerini

Consiglieri: dott. Pier Giorgio Bedogni, sig. Paolo Benghi, dott. Giorgio Bianchini Scudellari, dott. Stefano Carlino, dott. Marco Mezzolani, dott. Andrea Novarese, rag. Angelo Pellegatta, dott. Gianfranco Pittatore, dott. Michele Zefferino

Comitato Esecutivo

Composto da 5 membri:

Prof. Rocco Corigliano, dott. Adriano Amerini, dott. Marco Mezzolani, rag. Angelo Pellegatta, dott. Michele Zefferino.

Collegio Sindacale

Presidente: dott. Graziano Visentin;

Sindaci effettivi: rag. Enrico Castoldi, rag. Giuseppe Zanzottera.

Organismo di Vigilanza

ai sensi del D.Lgs. 231/2001 (organo monocratico)

Consigliere: Dott. Francesco Campominosi

RETE DISTRIBUTIVA

I prodotti vengono distribuiti da Banche controllate e/o collegate al Gruppo Bipiemme e da BPM Private Banking SIM.

CLIENTI

La società nasce come Compagnia captive del Gruppo. Le politiche verso le differenti tipologie di Clienti sono definite congiuntamente alla Capogruppo.

In generale Bipiemme Vita ha tra i propri obiettivi quello di essere un punto di riferimento serio ed affidabile nel tempo per le esigenze assicurative dei propri Clienti. La gestione del rapporto con i Clienti viene effettuata dalla Compagnia in modo da mantenere sempre fermi i principi di correttezza, trasparenza, diligenza e professionalità nei confronti degli stessi.

PRODOTTI

Nei prodotti Vita tradizionali, Bipiemme Vita è nella “media” per il numero di categorie di prodotti omogenei offerti (ampiezza) e per le numerose proposte commerciali presenti in ciascuna categoria di prodotto (profondità). Il pricing di mercato risulta sotto la media con una soglia di accessibilità migliore.

L’offerta di Index Linked è tra le più ampie e profonde del mercato. Per quanto riguarda le Unit Linked oggi Bipiemme Vita dispone di un prodotto (Fenice) ad altissimo contenuto innovativo, capace di esaltare il ruolo dell’offerta tradizionale all’interno dei prodotti Unit Linked.

Bipiemme Vita dispone nel suo portafoglio di una interessante gamma di prodotti Previdenziali.

Sul fronte Danni, Bipiemme Vita, specializzata in Infortuni e Malattia, ha una gamma prodotti molto profonda ove il pricing risulta particolarmente competitivo.

Le attività di marketing e comunicazione verso i Clienti sono coordinate dalle competenti Direzioni della Capogruppo.

COLLABORATORI

I principali “Valori” incoraggiati da Bipiemme Vita sono:

la correttezza, disponibilità e professionalità nei rapporti interpersonali;
la diffusione della “Cultura della responsabilizzazione e del Controllo”.

Formazione

La formazione, da sempre riconosciuta e incentivata da parte di Bipiemme Vita quale passaggio fondamentale nell’iter professionale dei suoi dipendenti, viene realizzata:

- in maniera continuativa con condivisione della conoscenza ed esperienza;
- attraverso corsi interni ed esterni;
- per tutte le categorie professionali.

Suddivisione per qualifica		2005
Dirigenti	Uomini	5
	Donne	1
Quadri direttivi	Uomini	6
	Donne	2
Impiegati	Uomini	5
	Donne	7
Totale		26

Rapporti con le Istituzioni

Bipiemme Vita partecipa al Consiglio Direttivo dell’ANIA, l’Associazione Nazionale delle Imprese Assicuratrici, segno di particolare partecipazione in un contesto di oltre 250 compagnie presenti nel mercato italiano.

Bipiemme Vita è inoltre in continuo contatto con gli altri operatori del settore grazie all’assidua frequentazione dell’ISVAP (Organo di Vigilanza competente in materia assicurativa), permettendo così l’instaurarsi di uno scambio informativo teso all’approfondimento della materia in linea con le innovazioni richieste dal mercato. Infine sono molteplici le presenze in Istituzioni e organismi di studio (ad esempio il Centro Ricerche Assicurative e Previdenziali dell’Università Bocconi di Milano).

Tipologia contrattuale	2005
N° collaboratori a tempo indeterminato	24
N° collaboratori Part-time	2
Totale	26
N° collaboratori interinali	3

Titolo di studio dei dipendenti	2005	
	Uomini	Donne
Laurea o diploma di laurea	12	5
Diploma scuola media superiore	4	5
Totale	16	10

Età media del personale	2005	
	Uomini	Donne
Dirigenti	46	37
Quadri direttivi	40	44
Impiegati	34	33
Media	40	38

STORIA

We@Service nasce nel 2000 come società di servizi commerciali e di information technology focalizzata prevalentemente nell'ambito dei canali internet del Gruppo Bipiemme. I servizi Internet gestiti da We@Service sono destinati sia ai clienti Privati tramite il canale We@bank, sia ai clienti Aziende tramite il canale InLineanet.

(milioni di euro)

Dati economico patrimoniali	2005	2004
Valore della produzione	21,9	20,0
Margine della produzione	6,3	2,4
Utile netto	7,3	-1,3
Patrimonio netto (incluso Utile/Perdita di periodo)	11,7	4,4
Altre informazioni	2005	2004
Dipendenti	76	81
Clienti abilitati all'utilizzo	206.698	183.111
Di cui clienti utilizzatori	152.114	130.402
Di cui clienti utilizzatori che effettuano transazioni	89.695	99.062
Numero accessi	13.182.527	9.791.034

MISSIONE

La missione della società si articola nei seguenti obiettivi:

- garantire il mantenimento della leadership nella completezza di servizio per contenuti ed aggiornamento tecnologico;
- supportare e garantire il processo di integrazione commerciale ed informatico con i diversi canali distributivi del Gruppo per poter produrre ricavi aggiuntivi anche derivanti da servizi dedicati a Internet;
- creare valore per il Gruppo, favorendo la crescita e la fidelizzazione della base clienti e permettendo di gestire grossi volumi di transazioni a bassi costi unitari.

STRATEGIA

La società con la propria attività sviluppa e gestisce il canale on line di Banca Popolare di Milano al fine di generare valore verso i clienti e verso l'azionista nel raggiungimento di efficienza e profittabilità. Gli indirizzi strategici della società si basano sulla continua innovazione in modo da mantenere costante il livello di miglioramento dei servizi erogati, sia dal punto di vista della qualità e delle prestazioni sia dal punto di vista della completezza funzionale attraverso anche l'introduzione di servizi a valore aggiunto.

GOVERNANCE

(alla data del 30 giugno 2006)

Consiglio di Amministrazione

Composto da sette membri:

Presidente: dott. Michele Motterlini

Vicepresidente: dott. Sergio Fumagalli

Consigliere Delegato: dott. Andrea Cardamone

Consiglieri: dott. Roberto Cavallotti, dott. Davide Meale, dott. Marco Montalenti, dott. Michele Zefferino.

Collegio Sindacale

Presidente: rag. Piero Vergani;

Sindaci effettivi: dott. Enrico Radice, dott. Paolo Salvaderi.

Comitato operativo

E' costituito dai direttori delle aree della società insieme al Consigliere Delegato. Delinea le linee operative delle scelte strategiche decise dal Consiglio di Amministrazione.

Organismo di Vigilanza

ai sensi del D.Lgs 231/2001

Consigliere: dott. Sergio Fumagalli, dott. Francesco Gramaglia, rag. Piero Vergani.

COLLABORATORI

Suddivisione per qualifica		2005	%
Dirigenti	Uomini	4	5%
	Donne	–	–
Quadri direttivi	Uomini	13	17%
	Donne	18	24%
Impiegati	Uomini	16	21%
	Donne	25	33%
Totale		76	100

Tipologia contrattuale	2005	%
N° collaboratori a tempo indeterminato	70	92%
N° collaboratori a tempo determinato	6	8%
N° collaboratori part-time	5	
Totale	76	100%
N° lavoratori interinali	13	17%

Età media del personale	2005	
	Uomini	Donne
Dirigenti	40	–
Quadri direttivi	40	36
Impiegati	31	32
Media	37	34

Formazione

Per quanto concerne la formazione e lo sviluppo del personale, nel corso del 2005, sulla base dei risultati del processo valutativo avviato in stretta collaborazione con la struttura Formazione BPM che ha permesso alla società di determinare la differenza fra i bisogni di conoscenza e di capacità identificati per ciascun ruolo, si è provveduto ad erogare un piano di formazione mirato e focalizzato su obiettivi molto specifici e misurabili. Il piano di formazione si è quindi articolato con interventi differenti a secondo dei ruoli e delle responsabilità. A tutti i dipendenti è stata erogata formazione in linea con gli obiettivi aziendali, prediligendo lo sviluppo di maggiori competenze in campo relazionale. Sono stati trattati temi relativi al lavorare in gruppo ed alla capacità di cambiare ed innovare. Nel 2005 si è provveduto anche all'erogazione di corsi specialistici e tecnici per mantenere adeguate le competenze necessarie allo svolgimento delle attività in carico alla società.

Titolo di studio dei dipendenti	2005	
	Uomini	Donne
Laurea o diploma di laurea	17	19
Diploma scuola media superiore	15	23
Licenza media o diploma scuola media inferiore	1	1
Totale	33	43

COLLETTIVITÀ

(unità di euro)

Interventi nel sociale	2005
Solidarietà	4.500
Associazioni	15.100
Totale	19.600

GLOSSARIO

asset:
attività.

ATM (automated teller machine):
apparecchiatura automatica per l'effettuazione da parte della clientela di operazioni di prelievo/versamento, pagamenti vari, richiesta di informazioni.

back office:
attività amministrative svolte non a diretto contatto con la clientela.

banking:
attività in genere svolta nell'ambito bancario.

basilea2:
denominazione comune del Nuovo Accordo sul capitale, la cui entrata in vigore è prevista per la fine del 2006. L'accordo si basa su tre pilastri: 1. Livello minimo di capitalizzazione: 8% rispetto alle esposizioni ponderate per il rischio. L'obiettivo primario dell'Accordo è quello di migliorare l'allineamento tra i rischi (compreso anche quello operativo) e il capitale assorbito, nonché di incentivare la misurazione e la gestione dei rischi all'interno delle banche stesse (rating interni). Per il rischio di credito, in particolare, i parametri che la Banca stima sono: la probabilità di default (PD), il tasso di perdita in caso di insolvenza (LGD), l'esposizione attesa in caso di insolvenza (EAD) e la maturità dell'esposizione; 2. Controllo delle banche centrali: considerando le strategie aziendali in materia di patrimonializzazione e assunzione di rischi, le Banche centrali avranno una maggiore discrezionalità nel valutare l'adeguatezza patrimoniale delle banche: potranno imporre una copertura superiore ai requisiti minimi; 3. Disciplina del mercato e trasparenza: sono previste regole di trasparenza per l'informazione al pubblico sui livelli patrimoniali, sui rischi e sulla loro gestione.

benchmark:
parametro di riferimento mediante il quale l'investitore può effettuare i confronti tra il rendimento del portafoglio oggetto dell'investimento e il rendimento del parametro di riferimento.

b.p. (basis point):
equivale ad un centesimo di punto percentuale.

best practice:
prassi migliore.

blue chip:
segmento del mercato di Borsa Italiana dedicato alle società appartenenti agli indici S&P/MIB e Midex e alle altre società che hanno una struttura economico/finanziaria particolarmente solida e una capitalizzazione superiore ad un miliardo di euro.

broker:
chi opera nell'attività di compravendita di titoli e strumenti finanziari (o altri beni in senso lato) per conto dei propri clienti addebitando una commissione.

bottom up:
dalla base al vertice.

budget:
bilancio di previsione.

business (segmenti di):
affari (aree di affari) intesi come complesso di attività produttive.

buyer:
chi si occupa, per conto della propria impresa, di acquisti in modo professionale.

call center:
servizio di assistenza telefonica alla clientela.

capital market:
mercato degli strumenti finanziari mobiliari a media e lunga scadenza destinati a fabbisogni finanziari strutturali; la definizione attiene al complesso dei servizi di consulenza e di collocamento forniti alle imprese da intermediari finanziari.

commercial banking:
l'attività bancaria ordinaria svolta con la clientela dei privati e delle aziende, non comprende le attività di consulenza e specialistiche quali Corporate finance, Capital Markets e M & A.

compliance
conformità a norme, leggi e regolamenti.

corporate
fascia di clientela corrispondente alle imprese di medie e grandi dimensioni.

corporate advisory
consulente o attività di consulenza di elevato profilo tecnico e relativo ad una fascia di clientela corrispondente alle imprese di medie e grandi dimensioni.

corporate banking
attività bancaria svolta nei confronti dell'area d'affari circoscritta alle imprese di medie e grandi dimensioni.

corporate finance:
definisce l'attività di consulenza nella strutturazione di interventi finanziari svolta a supporto del settore aziende e gruppi aziendali per operazioni a prevalente struttura straordinaria.

corporate governance:
insieme degli strumenti e delle norme che regolano la vita societaria riferibile in particolare alla trasparenza dei documenti, degli atti sociali e alla completezza dell'informativa al mercato.

cost allocation:
sistema di allocazione dei costi, che prevede l'utilizzo di un processo di fatturazione interno per la corretta attribuzione dei costi alle singole unità produttive.

cost management:
processo di controllo e di gestione dei costi per aree di affari e settori funzionali.

cost (to) income ratio:
indice di produttività determinato dal rapporto tra costi operativi e margine d'intermediazione.

CRAL:
centro Ricreativo Aziendale Lavoratori.

customer relationship management (CRM):
modello organizzativo che focalizza le attività funzionali ed operative in funzione del rapporto con il cliente.

customer satisfaction:
soddisfazione del cliente. Rappresenta l'obiettivo principale dell'azienda orientata al marketing, i cui sforzi tendono allo sviluppo di una relazione di qualità con la clientela.

dealer:
operatore sui mercati finanziari.

derivati:

strumenti finanziari il cui valore dipende dal valore di un'altra attività, detta "sottostante". I contratti a termine (future e forward), i contratti di opzione e gli swap sono tipi di strumenti derivati.

dow Jones Euro Stoxx:

indice di borsa composto dai 50 titoli più importanti dell'area euro, appartenenti a diversi settori economici. Un peso particolare rivestono i titoli energetici e quelli finanziari (bancari e assicurativi).

e-commerce:

indica l'utilizzo di reti elettroniche per la vendita di beni e/o servizi alla clientela.

edge fund (fondi hedge):

fondi di investimento (nascono in USA negli anni '50) che hanno l'obiettivo di produrre rendimenti costanti nel tempo con una bassa correlazione rispetto ai mercati di riferimento. Sono caratterizzati dall'utilizzo di tecniche e strumenti di gestione avanzati, da una struttura commissionale basata su una commissione di gestione annua e una di performance e dall'investimento nei fondi hedge di una quota rilevante di capitale da parte del gestore stesso.

euro medium-term note (EMTN) programme:

programma di emissioni titoli obbligazionari a medio e lungo termine che prevede la preparazione di una documentazione standard sotto la quale l'emittente può collocare in modo continuativo più strumenti finanziari. L'Istituto utilizza tipicamente il Programma EMTN ai fini della raccolta ordinaria di fondi a medio termine. La documentazione, che viene rinnovata annualmente, stabilisce le tipologie di titoli emettabili (e tipicamente sottoscritte da investitori istituzionali), l'ammontare cumulativo delle emissioni e la borsa su cui vengono quotati. Il prospetto informativo, che soddisfa i requisiti della Direttiva Europea sui prospetti, include un formato standard (Final Terms) che comprende le informazioni da fornire in occasione di ogni emissione di titoli.

e-banking:

indica l'utilizzo di reti elettroniche per l'effettuazione da parte della clientela di una vasta gamma di operazioni bancarie.

e-commerce:

indica l'utilizzo di reti telematiche per la compravendita di beni e/o servizi.

emas (Ecomanagement and Auditing scheme):

regolamento 761/2001 del Consiglio europeo sull'adesione volontaria delle imprese industriali e di servizi ad un sistema comunitario di ecogestione e audit.

factoring:

contratto di cessione, "pro soluto" (con rischio di credito a carico del cessionario) o "pro solvendo" (con rischio di credito a carico del cedente), di crediti commerciali attivato da società specializzate, ai fini di gestione e incasso, al quale di norma viene associato un finanziamento in favore del cedente.

fair value:

valore equo. I principi contabili internazionali (IAS) definiscono fair value "il corrispettivo al quale un'attività può essere scambiata, o una passività estinta, tra parti consapevoli e disponibili, in un'operazione fra terzi". In sostanza, si tratta della valutazione al valore "di mercato".

focus group:

metodo di ricerca quantitativo per la raccolta di suggerimenti, opinioni e idee riguardo un argomento, un prodotto o un servizio. Consiste essenzialmente in una specie di discussione alla quale è

invitato a partecipare un gruppo esiguo di persone guidate da un mediatore che propone i temi da analizzare.

forex desk:

scambio speculativo della valuta di una nazione con quella di un'altra nazione.

G.B.S. (Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale):

associazione italiana per la ricerca scientifica sul bilancio sociale nata ufficialmente nel 1998 per rispondere alle crescenti esigenze informative espresse dagli accademici e dalle società in tema di bilancio sociale.

G.R.I. (Global Reporting Initiative):

è la struttura creata nel 1997 dall'UNEP e dal CERES (Coalition for Environmentally Responsible Economies) finalizzata a creare un sistema di "sustainability reporting" per una volontaria rendicontazione delle performance in campo economico, ambientale e sociale delle attività d'impresa.

home banking:

servizio bancario orientato alla clientela privata mediante il collegamento telematico tra utente e banca; in tal modo l'utente può effettuare direttamente dal proprio domicilio un complesso di operazioni (pagamento di utenze, ordini di pagamento, richieste di assegni, etc.) e disporre di una serie di informazioni relative al proprio rapporto bancario.

IAS (International Accounting Standards):

principi contabili internazionali emanati dallo IASB (International Accounting Standards Board) adottati dai paesi dell'Unione Europea a partire dal 2005 per le società quotate in borsa.

IFRS4:

principi contabili internazionali, International Financial Reporting Standards, dedicati ai contratti assicurativi.

IGAAP:

Generally Accepted Accounting Principles, ossia una serie di linee guida contabili generalmente condivise per la redazione di un bilancio aziendale.

Le fonti di tali principi sono, tra gli altri, il Financial Accounting Standards Board (FASB) e l'American Institute of Certified Public Accountants (AICPA).

index linked:

termine che qualifica un tipo di polizza di assicurazione con rendimento legato a parametri predeterminati (ad es. indici di borsa) aventi capitale e rendimento minimo garantito.

information & communication technology (ICT):

area funzionale della Banca che si occupa della gestione dei sistemi e dei servizi di elaborazione e di comunicazione dei dati.

insider trading:

uso di informazioni riservate, acquistate direttamente o indirettamente, in forza di posizioni privilegiate o in virtù della partecipazione al capitale di una società oppure grazie all'esercizio di una professione o esercizio pubblico, per ottenere dei guadagni nella compravendita dei titoli quotati.

interinale:

rapporto di lavoro tale per cui l'impresa fornitrice assume il lavoratore e lo invia presso l'impresa utilizzatrice, cioè quella presso la quale il lavoratore presta la propria attività.

Tale rapporto trilaterale viene gestito con due contratti, uno di fornitura di prestazioni di lavoro temporaneo (tra l'impresa fornitrice e l'impresa utilizzatrice) e l'altro per le prestazioni di lavoro temporaneo (tra l'impresa fornitrice ed il lavoratore).

internal auditing:

attività indipendente ed obiettiva di controllo e consulenza, finalizzata al miglioramento dell'efficacia e dell'efficienza di un'organizzazione, attraverso la valutazione e lo sviluppo dei processi di controllo, di gestione dei rischi e di corporate governance.

internal dealing:

transazioni (acquisto, vendita, sottoscrizione o scambio) compiute sui titoli di una società quotata da parte di amministratori, sindaci e top manager della società stessa (cd. persone rilevanti), nonché dagli azionisti con partecipazioni superiori al 10% del capitale.

internet:

insieme mondiale delle reti di computer interconnesse attraverso il quale vengono scambiate informazioni accessibili a tutti gli utenti tramite lo stesso standard di comunicazione.

intranet:

rete locale che utilizza le stesse tecnologie Internet.

investment banking:

attività quali l'intermediazione in strumenti finanziari, in conto proprio e in conto di terzi e il complesso dei servizi, forniti alle imprese, di consulenza e collocamento titoli (azioni e obbligazioni).

investment grade:

investimenti cui è assegnato un rating pari o superiore a Baa3 secondo la classificazione dell'agenzia di rating specializzata Moody's, nonché pari o superiore a BBB in base alla valutazione della Standard & Poor's (vedi "rating").

investor relations:

relazioni con gli investitori delle società quotate. **know how:** espressione con la quale si indica l'insieme di conoscenze ed esperienze tecniche relative ad uno specifico argomento.

landing:

attività di prestito.

leasing:

contratto con il quale una parte (locatore) concede ad un altro (locatario) per un tempo determinato il godimento di un bene, acquistato o fatto costruire dal locatore su scelta e indicazione del locatario, con facoltà per quest'ultimo di acquistare la proprietà del bene a condizioni prefissate al termine del contratto di locazione.

loyalty:

fedeltà

management:

direzione; potere decisionale in merito agli indirizzi strategici.

media:

mezzi di comunicazione.

missione:

rappresenta l'orientamento finalistico verso i macro obiettivi di fondo, espressione delle ragioni d'essere di ciascuna azienda. In coerenza con i valori dichiarati, la missione coniuga valenze tipicamente merceologiche con quelle di contributo alla collettività, in termini di accrescimento del benessere, della qualità della vita e dell'integrazione sociale.

no-profit:

non a scopo di lucro.

on-line:

tutto ciò che è connesso ad un sistema telematico.

outlook:

osservazione, giudizio (in senso lato).

parti correlate:

si riferisce alle previsioni contenute nell'art. 2359 Codice Civile. Le parti correlate sono: a) i soggetti che controllano, sono controllati da, o sono sottoposti a comune controllo con l'emittente; b) gli aderenti, anche in via indiretta, a patti parasociali di cui all'art. 122, comma 1, del D.Lgs. n. 58/98, aventi per oggetto l'esercizio del diritto di voto, se a tali patti è conferita una partecipazione complessiva di controllo; c) i soggetti collegati all'emittente e quelli che esercitano un'influenza notevole sull'emittente medesimo; d) coloro ai quali sono attribuiti poteri e responsabilità in ordine all'esercizio delle funzioni di amministrazione, direzione e controllo nell'emittente; e) gli stretti familiari delle persone fisiche ricomprese nelle lettere a), b), c) e d); f) i soggetti controllati dalle persone fisiche ricomprese nelle lettere b), c), d) ed e), o sui quali le persone fisiche ricomprese nelle lettere a), b), c), d) ed e) esercitano un'influenza notevole; g) i soggetti che hanno in comune con l'emittente la maggioranza degli amministratori.

partners:

una o più parti in relazione di affari.

partnership:

il termine indica un rapporto di stretta collaborazione in cui due o più organizzazioni si trovano a condividere determinati scopi e mettono a disposizione le proprie risorse operative per il raggiungimento di tali obiettivi. La partnership favorisce il dialogo e lo scambio di idee, elementi determinanti per una corretta valutazione e gestione dei rischi.

performance:

termine utilizzato nel linguaggio finanziario come sinonimo di rendimento.

phone banking:

gestione del proprio conto corrente via telefono.

price sensitive:

si dice di informazioni che, se rese pubbliche, possono incidere sulla situazione patrimoniale, reddituale e finanziaria di un'azienda o influenzare sensibilmente il prezzo di strumenti finanziari quotati.

private:

si riferisce in genere alla clientela costituita da persone fisiche.

private banking:

attività bancaria dedicata al segmento del mercato composto esclusivamente dalle persone fisiche rientranti in un target di patrimonio prefissato, che offre un tipo di servizio personalizzato costituito in prevalenza dall'amministrazione fiduciaria di patrimoni e investimenti dei singoli clienti e dall'offerta di prodotti e servizi ad alto valore aggiunto e "su misura".

private equity:

attività mirata all'acquisizione di interessenze partecipative ed alla loro successiva cessione a controparti specifiche, senza collocamento pubblico.

project financing:

attività finanziaria rivolta in particolare al finanziamento dei progetti.

rating:

esprime la valutazione, formulata da un'agenzia privata specializzata, del merito di credito di un soggetto emittente obbligazioni sui mercati finanziari internazionali, ovvero della probabilità che questi faccia fronte puntualmente al servizio del debito.

real estate (finance):

operazione di finanza strutturata nel settore degli immobili.

re-engineering:

attività di riprogettazione sia informatica che organizzativa di un qualsiasi processo aziendale.

repository dei processi: accentramento delle attività di analisi e di formalizzazione dei processi aziendali

responsabilità sociale:

l'insieme delle strategie d'impresa volte ad accrescere il valore economico rispettando l'ambiente e considerando gli interessi ed i bisogni legittimi degli stakeholder.

retail:

attività di vendita al dettaglio

retail banking:

attività bancaria rivolta al segmento di mercato composto dalle piccole e medie imprese e dalle famiglie. Attiene alla gestione finanziaria di tipo tradizionale, articolata in modo capillare e caratterizzata da un elevato frazionamento delle attività di raccolta e impiego.

return on asset (ROA):

esprime la redditività riferita al complesso degli investimenti in essere a vario titolo, prescindendo dalle modalità di finanziamento. Esprime il rapporto percentuale tra l'utile netto e l'attivo netto.

return on equity (ROE):

rappresenta l'indice di redditività del capitale proprio e deriva dal rapporto percentuale tra l'utile netto ed il patrimonio netto a fine periodo.

risk e capital management:

gestione del rischio e del capitale.

risk management (funzione di):

funzione aziendale che presidia la gestione del rischio.

road show:

insieme delle iniziative che una società intraprende al fine di divulgare le nuove strategie aziendali, generalmente attraverso incontri itineranti.

screen reader

lettori di schermo.

SGR:

società di Gestione del Risparmio. Nell'ambito del risparmio gestito le SGR sono società autorizzate a promuovere, istituire, organizzare e gestire il patrimonio di un fondo comune (gestione collettiva del risparmio), mantenendo separato il proprio patrimonio da quello del fondo. Una SGR può gestire anche fondi istituiti da altre società di gestione.

SICAV:

società d'Investimento a Capitale Variabile, i cui prodotti sono assimilabili ai Fondi comuni di investimento, con la differenza che l'investitore assume la figura di socio con la possibilità di influire, mediante l'esercizio del diritto di voto, sulla politica gestionale della società.

SIM:

società di Intermediazione Mobiliare. Effettuano attività di negoziazione di titoli per conto della clientela (comprandoli o vendendoli sulla base degli ordini ricevuti) ma anche per proprio conto; gestiscono patrimoni di risparmiatori, possono sollecitare il pubblico risparmio (offrendo ad esempio fondi comuni d'investimento, SICAV, prestiti, mutui), avvicinandosi, in pratica, a quanto fanno le banche.

small business:

segmento di mercato riferito alle piccole e medie imprese.

soggetti rilevanti:

persone che hanno regolare accesso ad informazioni privilegiate in materia di comunicazioni relative ad operazioni su strumenti finanziari.

S&P/MIB:

indice che misura la performance di 40 azioni quotate sui mercati organizzati e gestiti da Borsa Italiana e mira a replicare la rappresentazione settoriale dell'intero mercato. Sono candidabili al paniere tutti i titoli azionari quotati in Borsa e sul Nuovo Mercato. L'indice S&P/MIB offre una completa rappresentazione del tessuto economico, classificando i titoli in dieci settori di mercato, utilizzando la metodologia Global Industry Classification Standard (GICS) sviluppata da Standard & Poor's e Morgan Stanley Capital International (MSCI) nel 1999.

stakeholder:

gli stakeholder in senso stretto, sono tutti quegli individui e gruppi ben identificabili da cui l'impresa dipende per la sua sopravvivenza: azionisti, dipendenti, clienti, fornitori, e agenzie governative chiave. In senso più ampio, tuttavia, stakeholder è ogni individuo ben identificabile che può influenzare o essere influenzato dall'attività dell'organizzazione in termini di prodotti, politiche e processi lavorativi. In questo più ampio significato, gruppi locali, enti di governo, associazioni imprenditoriali, concorrenti, sindacati e la stampa, sono tutti da considerare stakeholder (R. E., Freeman, Strategic Management: a Stakeholder Approach, Pitman, Boston, 1984).

staff (funzioni di):

unità composte da specialisti di varie funzioni aziendali che affiancano la struttura gerarchica (funzioni di "linea"); le prime sono autonome rispetto alle seconde e ne supportano l'attività.

sviluppo sostenibile:

rappresenta la capacità di garantire lo sviluppo, rispettando i valori condivisi della "persona" e dell'"ambiente"; definizione che amplia quella tradizionale del Rapporto Brundtland: "lo sviluppo capace di soddisfare i bisogni dell'attuale generazione senza compromettere la possibilità per le generazioni future di soddisfare le proprie necessità.

target:

definisce un obiettivo che si intende realizzare.

task force:

gruppo di lavoro finalizzato allo svolgimento di un'attività specifica.

top down:

dal vertice alla base.

top management:

manager, in posizione di vertice, di un'azienda.

total capital ratio:

coefficiente di solvibilità minimo obbligatorio espresso dal rapporto tra il patrimonio di vigilanza, comprensivo dei prestiti subordinati di terzo livello, e le attività in bilancio e fuori bilancio ponderate.

trading:

attività di compravendita dei diversi strumenti negoziati sui mercati finanziari.

trading on line:

(vedi e-commerce)

turnover:

riferito ai dipendenti indica la percentuale delle assunzioni (turnover in entrata) e delle cessazioni (turnover in uscita) verificatesi nell'anno di riferimento.

understatement:

sottoesposto.

uni en iso 9001:

la norma certifica il sistema di qualità raggiunto dalla gestione organizzativa, attestando la conformità dell'intero processo produttivo, dalla fase di progettazione e sviluppo, a quella di approvvigionamento e produzione, collaudo e installazione, fino alla fase di assistenza.

uni en iso 14001:

la logica ISO 14001 rientra nella serie di norme internazionale 14000 che rappresentano uno strumento volontario per migliorare la gestione della variabile ambientale all'interno dell'impresa o di qualsiasi altra organizzazione. ISO 14001 "Sistemi di gestione ambientale - Requisiti guida per l'utilizzo" è l'unica norma prescrittiva mentre le altre sono delle semplici guide. Essa fornisce i requisiti di un SGA (Sistema di Gestione Ambientale) in modo tale da permettere ad un'organizzazione di formulare una politica e stabilire degli obiettivi, tenendo conto delle prescrizioni legislative e delle informazioni riguardanti gli impatti ambientali significativi.

unit linked:

polizze il cui rendimento è legato all'andamento di uno o più fondi comuni di investimento.

virtual banking:

insieme dei prodotti, canali distributivi, modalità produttive e tecniche di marketing che consentono di erogare servizi e di gestire la relazione complessiva con il cliente, senza che questi abbia il contatto fisico con il personale bancario.

wealth management:

gestione personalizzata di patrimoni finanziari rilevanti.

welfare:

resa dall'equivalente italiano "benessere". La parola ha trovato fortuna con la coniazione dell'espressione The Welfare State usata per indicare la politica di protezione sociale realizzata dal governo inglese del secondo dopoguerra.