



IL CRUSCOTTO SOCIALE

Palazzo Thiene, la facciata su Contrà San Gaetano Thiene



Le “performance sociali” della nostra Banca

In questa sezione intendiamo proporre un “sistema di indicatori”, che definiamo “**Cruscotto Sociale**”, mediante il quale si **rappresentano in modo sintetico le principali performance di natura sociale della Banca, offrendo, pertanto, uno spaccato, che crediamo significativo, di come la Banca medesima si inserisce nell’ambiente di riferimento e si relaziona con gli attori che operano nello stesso contesto.**

Gli indici che compongono il Cruscotto sono stati composti in modo da rappresentare, nella maniera più puntuale possibile, **il carattere mutualistico e cooperativo che costituisce il DNA etico del nostro Istituto.** Attraverso i quozienti rilevati e proposti, infatti, intendiamo enfatizzare l’adesione ai valori di riferimento, il legame simbiotico con il territorio e l’attenzione costante posta alla creazione di valore per gli *Stakeholder*.

I dati e gli indicatori che proponiamo nel Cruscotto Sociale costituiscono, senza dubbio, **strumenti efficaci per rappresentare ed interpretare la responsabilità che la Banca ha assunto nei comportamenti di natura sociale,** quali, ad esempio, quelli inerenti la politica adottata nelle assunzioni di personale, l’attività di formazione esercitata, il rendimento annuale garantito ai Soci, le erogazioni liberali effettuate nell’anno, i consumi di energia elettrica e di carta, ecc. Si tratta di aspetti gestionali che riflettono, in modo efficace, l’impegno di BPVI verso la comunità interna ed esterna all’azienda.

Le nostre persone	2008	Trend 2008-2007	2007	2006
Organico della Banca	3.508	↑	3.135	2.968
Indice di turnover (assunti cessati)	3,5	↑	2,7	3,5
% donne sul totale dell’organico	37,5%	↑	36,9%	36,6%
Numero giorni di formazione procapite	6,7 ⁽¹⁾	↓	9,1 ⁽¹⁾	4,1
Prodotto bancario medio per dipendente	12.763	↓	13.634	12.914

⁽¹⁾ Al netto della formazione prevista dalla normativa, cioè quella erogata in adempimento al dettato normativo, il numero di giorni di formazione pro capite risulterebbe in incremento tra il 2007 e il 2008 (da 2,9 giorni pro-capite del 2007 a 3,6 giorni pro-capite nel 2008).

I nostri Soci	2008	Trend 2008-2007	2007	2006
Numero Soci e Azionisti	56.754	↑	56.105	51.220
Numero Soci intervenuti in Assemblea	4.957	↓	6.115	4.674
Prezzo dell’azione BPVI	60,5	↑	60,0	58,0
Rendimento annuale azione BPVI	2,8%	↓	5,2%	9,3%

I nostri Clienti	2008	Trend 2008-2007	2007	2006
Tasso di sviluppo della base clientela	100,3% ⁽²⁾	↓	101,1%	101,0%
Tasso di acquisizione nuovi Clienti	8,2%	↓	8,6%	7,4%
Retention (tasso di fedeltà della Clientela)	92,2% ⁽²⁾	↔	92,5%	93,6%
Cross selling	4,6	↑	4,5	4,5
Numero reclami pervenuti nell’anno	1.428	↑	948	1.207

⁽²⁾ La leggera diminuzione tra il 2007 e il 2008 del tasso di sviluppo e del tasso di retention è principalmente legata all’ingresso degli sportelli UBI che in particolare nei primi mesi dell’anno hanno registrato una perdita di clientela.

La Collettività e l'Ambiente naturale	2008	Trend 2008-2007	2007	2006
Erogazioni liberali effettuate (in '000 euro)	1.869	↔	1.870	1.188
Numero interventi di interesse sociale	965	↑	940	948
Erogazioni nella provincia di Vicenza (in '000 euro)	1.320	↓	1.395	834
Consumo procapite di energia elettrica (kw/h)	5.303	↔	5.298	4.895
Consumo procapite di carta (kg)	137	↓	155	163

La ripartizione del Valore Aggiunto	2008	Trend 2008-2007	2007	2006
Risorse Umane (mln €)	265,5	↑	219,5	185,0
Soci (mln €)	78,3	↑	69,8	61,6
Enti/Istituzioni (mln €)	79,8	↑	76,3	86,9
Collettività (mln €)	1,3	↔	1,3	2,6
Sistema Impresa (mln €)	81,9	↑	45,4	62,1
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO (mln €)	506,8	↑	412,3	398,1