GRUPPO BANCA CARIGE

Cassa di Risparmio di Genova e Imperia

Creazione di valore e responsabilità sociale nel Gruppo Carige

Alessandra Mexea
Pianificazione e Investor Relator-Banca Carige

Genova, 10 giugno 2003

Obiettivo del Gruppo Carige è la creazione di valore.

Valore economico

- Redditività
- Apprezzamento del titolo

Valore sociale

- Fiducia e consenso duraturo da parte degli stakeholder

Le principali tappe della storia del Gruppo Carige

Le radici del Gruppo Carige affondano nel Monte di Pietà di Genova (1483) e nella Cassa di Risparmio di Genova (1846).

Lo **sviluppo economico delle aree di insediamento** e **il credito agli operatori minori** sono elemento costitutivo del patrimonio genetico sia di Banca Carige, sia delle banche che, negli anni recenti, sono entrate a fare parte del Gruppo.

1483 Beato Angelo da Chivasso fonda il Monte di Pietà di Genova

1846 Costituzione della Cassa di Risparmio di Genova

1929 Fusione del Monte di Pietà nella Cassa di Risparmio di Genova

1991 Trasformazione in SpA e assunzione denominazione Banca Carige

1992 Costituzione del Gruppo Carige

1994 Privatizzazione e capitalizzazione tramite OPS

1995 Quotazione in Borsa

1997 Acquisizione Compagnie Assicurative

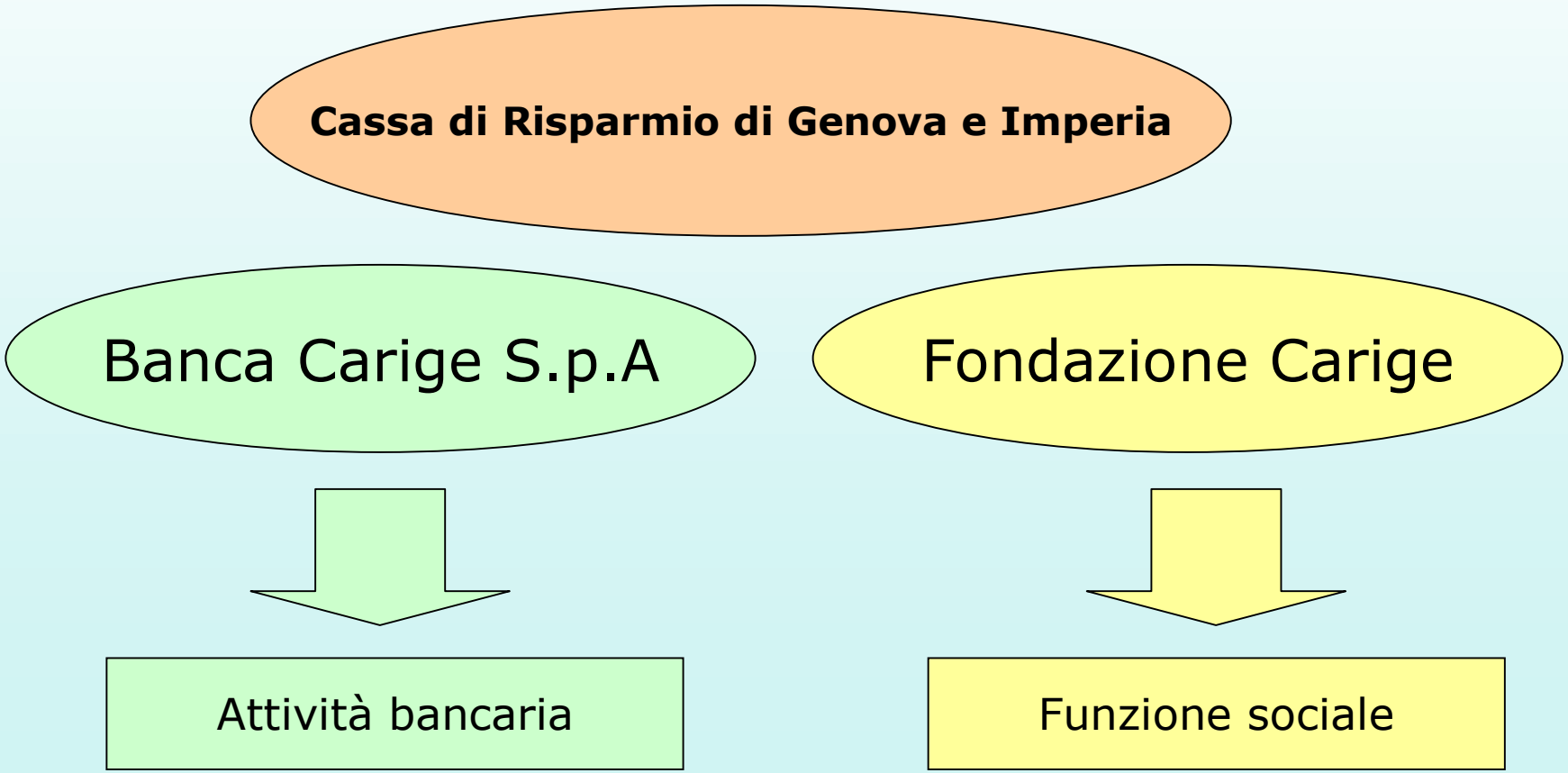
1998 Aumento di capitale tramite OPS riservata a investitori istituzionali

1999 Ingresso di Soci internazionali e acquisizione BML e CRSV

2000 - 2002 Acquisizione di 124 sportelli da BdS, Intesa e Capitalia

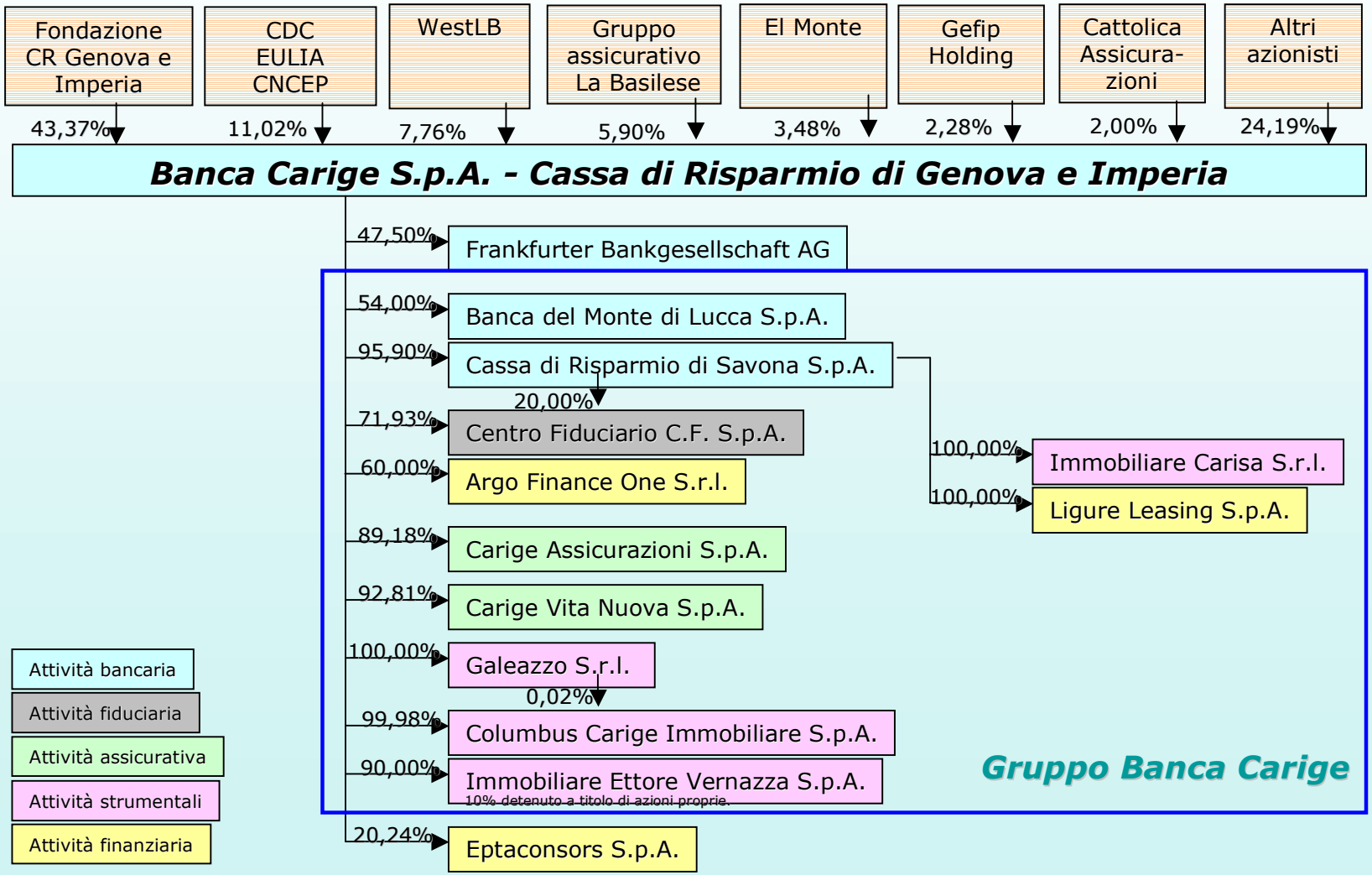
La trasformazione in Società per Azioni

Banca Carige SpA nasce nel 1991, emanazione della Cassa di Risparmio di Genova e Imperia. Alla nuova entità imprenditoriale viene conferito l'esercizio dell'**attività bancaria**, mentre il perseguimento di **funzioni di utilità sociale** rimangono di competenza della Fondazione Cassa di Risparmio di Genova e Imperia.



Il Gruppo Carige oggi

Il Gruppo Carige ha assunto nel corso degli anni '90, l'attuale struttura di conglomerato, composto da 4 banche, 2 compagnie assicurative, 3 società finanziarie e 4 società strumentali.



La mission del Gruppo CARIGE

E' l'assunzione di un ruolo attivo e propulsivo per lo **sviluppo economico** e la **crescita sociale** del territorio in cui opera, da raggiungere rafforzando e valorizzando la propria **autonomia societaria e gestionale** in modo da conseguire apprezzabili livelli di efficienza nel servizio alla clientela e risultati economici in linea con le aspettative degli azionisti.

Conglomerato bancario, finanziario, previdenziale e assicurativo

- **nazionale**, con il fulcro in Liguria, ma con significative propaggini in tutta Italia dove si caratterizza per la particolare attenzione alla valorizzazione del rapporto con le realtà locali;
- **di retail** focalizzato sui segmenti delle famiglie, delle piccole e medie imprese, dei commercianti, degli artigiani e degli enti pubblici locali;
- **universale**, in termini di gamma dei prodotti e servizi offerti, sia dal lato dell'attivo, sia dal lato del passivo;
- **multicanale** potendo contare su un sistema distributivo integrato;
- **polo aggregante** per altre realtà bancarie di piccola e media dimensione, con particolari caratteristiche localizzative, strutturali e gestionali.

Lo sviluppo del Gruppo CARIGE

Coerentemente con la mission perseguita, a partire dagli inizi del anni '90, inizia un percorso di crescita in termini attivo, risorse patrimoniali, mercati e clienti serviti, dipendenti.

	Attivo	Patrimonio	Sportelli	Dipendenti
Banca Carige				
1989	4.830	226	137	2.962
1990	5.187	241	139	2.923
1991	6.147	291	147	3.027
1992	6.434	607	165	3.106
1993	6.781	617	181	3.230
1994	8.799	678	204	3.157
1995	8.901	788	220	3.157
1996	9.240	811	226	3.227
1997	9.766	926	234	3.095
1998	8.385	1.057	244	3.050
1999	10.227	1.308	254	3.092
2000	11.636	1.301	283	3.164
2001	12.835	1.333	345	3.506
2002	14.394	1.370	391	3.883
Gruppo Carige				
1999	11.431	1.294	311	3.230
2000	12.802	1.260	342	3.785
2001	13.962	1.275	403	4.104
2002	15.389	1.306	452	4.482

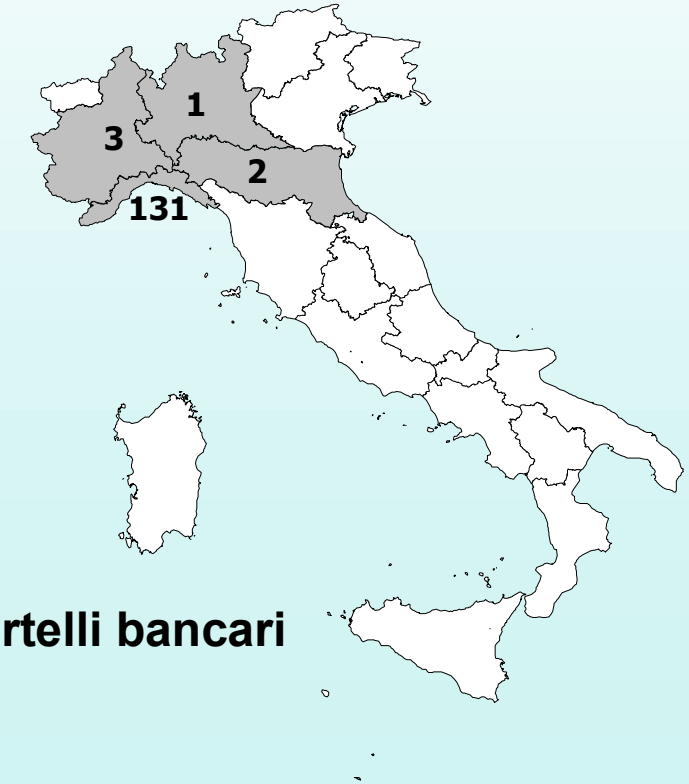
Importi in milioni di euro.

La copertura territoriale

Sotto il profilo territoriale il Gruppo è evoluto da **interprovinciale**, localizzato quasi esclusivamente in Liguria, a **nazionale**.

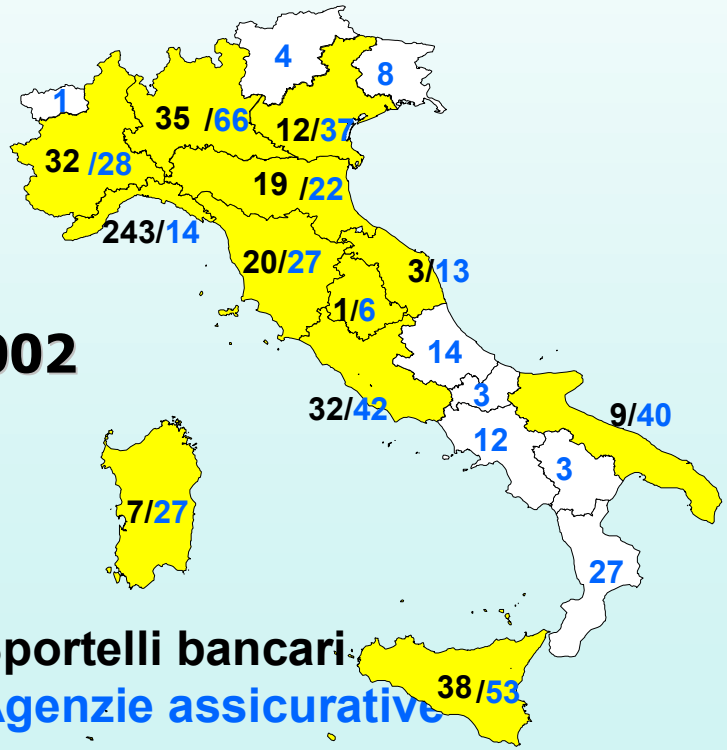
Dal 1989 ad oggi la presenza territoriale degli sportelli bancari del Gruppo è salita da 4 regioni e 8 province a 12 regioni e 55 province (101 comprendendo le agenzie delle Compagnie assicurative). Il numero degli sportelli è quasi triplicato e quelli fuori Liguria sono saliti da 6 a 209. Le 443 agenzie assicurative coprono tutto il territorio nazionale.

1989



137 Sportelli bancari

2002



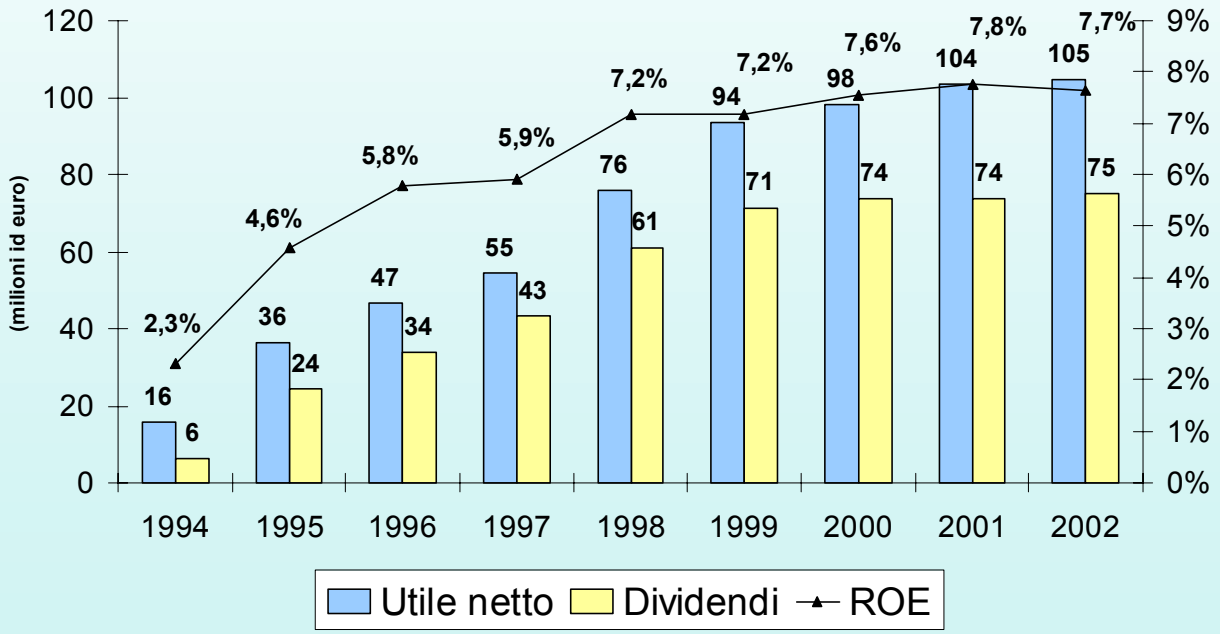
452 Sportelli bancari

443 Agenzie assicurative

Aree coperte solo da agenzie assicurative

La creazione di valore economico - Redditività

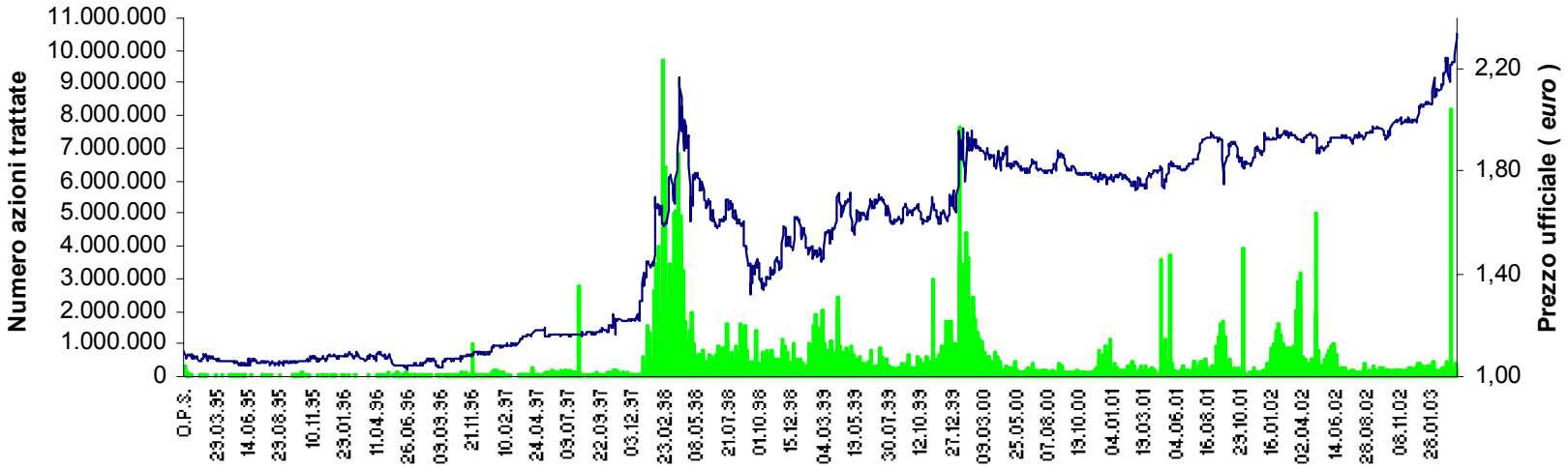
Concentrando l'analisi sulla Capogruppo, Banca Carige, la crescita dimensionale e organizzativa si è concretizzata in una significativa crescita del valore economico creato, sia in termini di aumento dell'utile netto e dei dividendi distribuiti …….



- L'utile netto si è quasi quintuplicato. Dai 16 milioni di euro del 1994, l'anno antecedente la quotazione in Borsa, a 105 milioni di euro nel 2002.
- Il ROE da un minimo del 2,3% nel 1994 si è stabilizzato su valori intorno all'8% nell'ultimo triennio.
- I dividendi erogati annualmente sono passati da 6 milioni di euro del 1994 a 75 per l'esercizio 2002.

La creazione di valore economico - Valore azionario

… sia in termini di apprezzamento del titolo e di capitalizzazione di Borsa.



Il titolo ha mostrato un costante apprezzamento, dalla quotazione in Borsa avvenuta nel 1995 ad un valore corrispondente a 1,10 euro con punte di quasi 2 euro nel 1998, per stabilizzarsi poi intorno a 1,9 euro e crescere nei primi mesi del 2003, con valori massimi nell'ultimo periodo oltre 2,5 euro.

La capitalizzazione di Borsa è cresciuta da 750 milioni ad oltre 2.600 milioni.

Total Shareholder Return

Il reddito (Total Shareholder Return) per un investitore che avesse acquistato il titolo Carige al momento della quotazione in Borsa e lo rivendesse ai valori attuali, tenuto conto dell'apprezzamento del titolo (Capital Gain) e dei dividendi incassati nel periodo (Dividend Yield), sfiora il 16% medio annuo.

Rendimento medio annuo dell'azione ordinaria Banca Carige SpA dal 1994 a giugno 2003

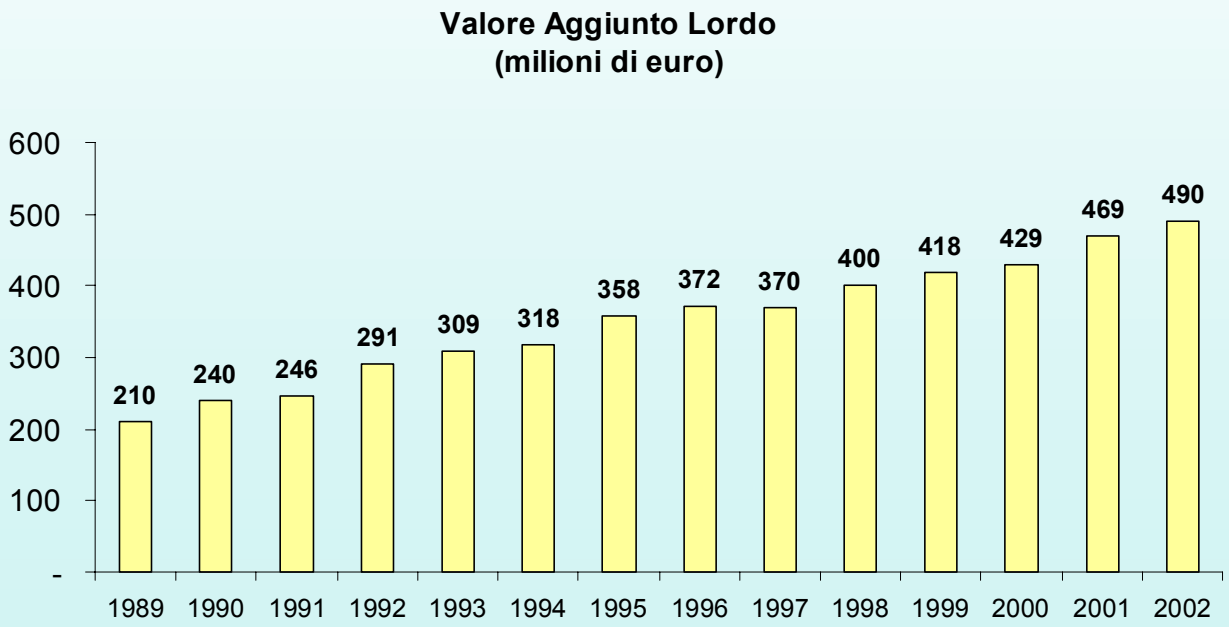
Capital Gain (a)	11,1%
Dividend Yield (b)	4,7%
Total Return (a+b)	15,8%

Ipotesi: a) sottoscrizione a lire 11.000 nel 1994;
b) prezzo ufficiale del 3/6/2003 pari a 2,542 €

In particolare dall'avvento dell'euro (1/1/2002) l'azione Banca Carige ha evidenziato, in un periodo di generalizzata flessione dei mercati borsistici, un rendimento superiore al 30%.

Distribuzione del valore - Il Valore Aggiunto Lordo/1

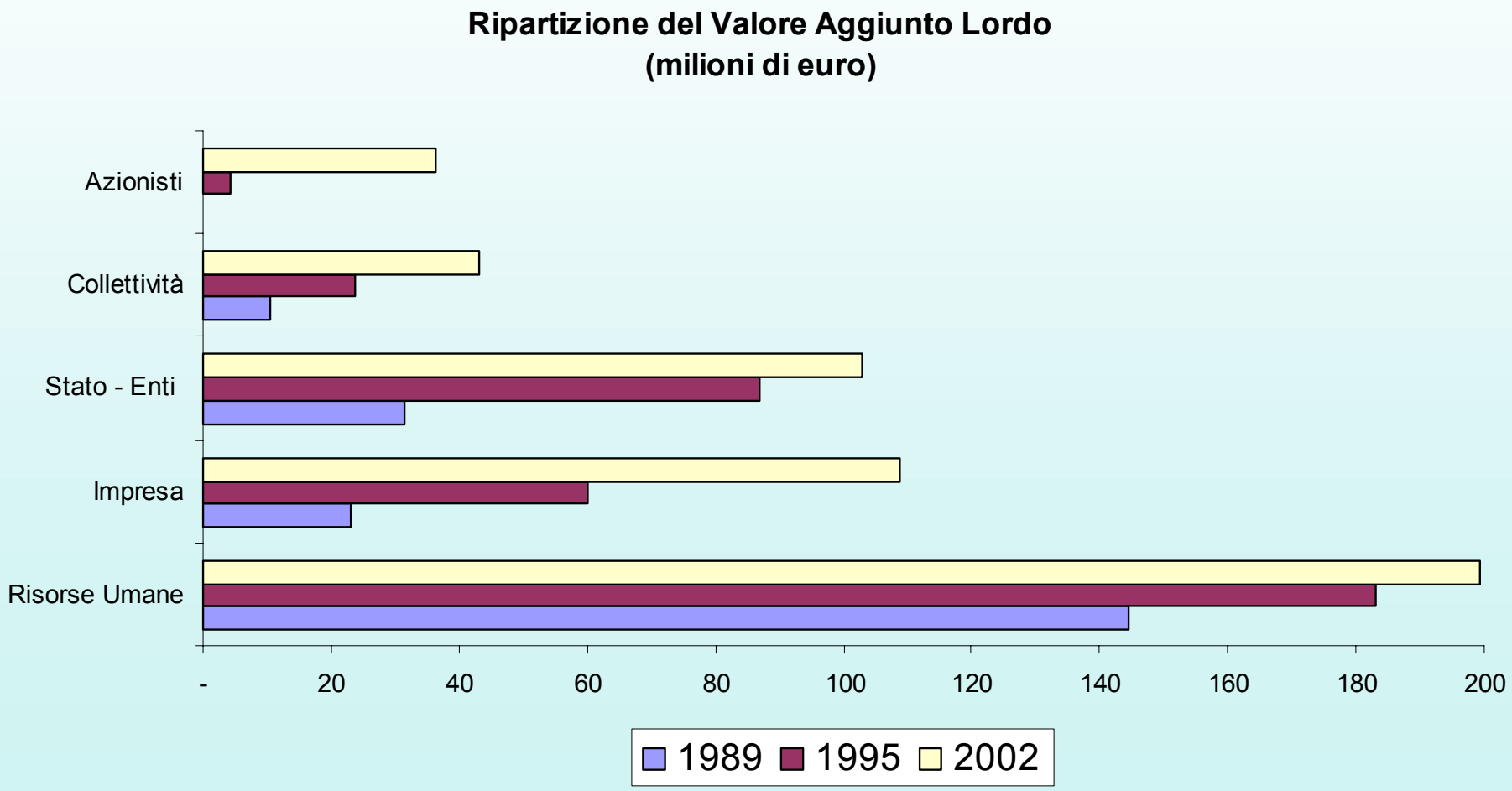
L'anello di congiunzione tra la rendicontazione economica e quella sociale risiede nella determinazione del Valore Aggiunto Lordo, ovvero di quanto la Banca Carige produce in termini di differenza tra i ricavi e i consumi, permettendo di valutare come il valore economico creato si distribuisce tra i diversi stakeholder.



Alla crescita della redditività si è accompagnata dagli inizi degli anni '90 una corrispondente **crescita del valore aggiunto lordo, più che raddoppiato** in valore assoluto dai circa 210 milioni di euro del 1989 agli oltre 490 milioni del 2002.

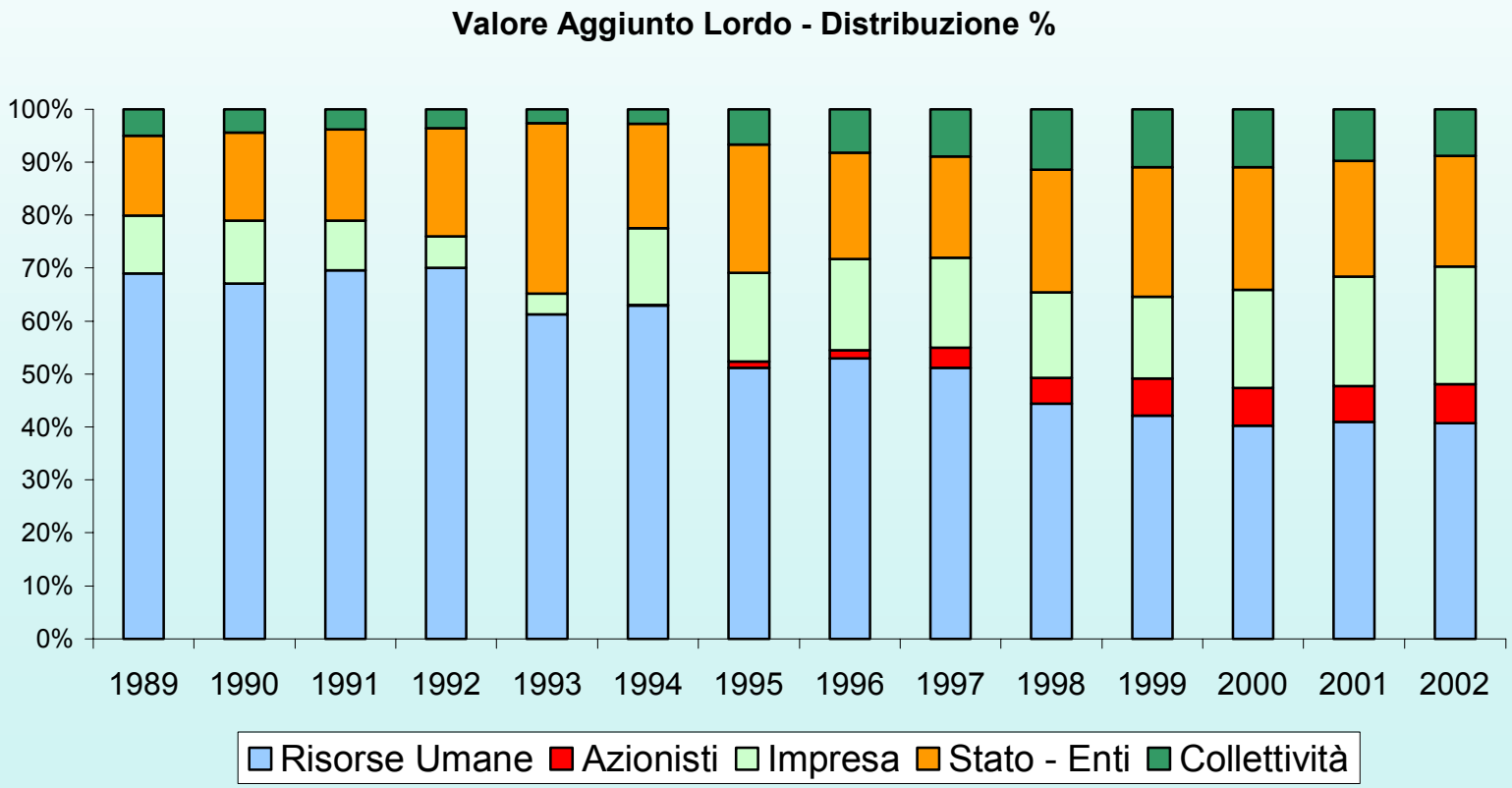
Distribuzione del valore - Il Valore Aggiunto Lordo/2

In termini assoluti tutti gli stakeholder della Banca hanno beneficiato di incrementi significativi del valore aggiunto assegnato.



Distribuzione del valore - Il Valore Aggiunto Lordo/3

In termini relativi si è assistito dagli anni '90 ad una ridistribuzione del valore aggiunto a favore degli Azionisti, Impresa(1), Stato-Enti, Collettività. E' diminuita invece la quota destinata alle Risorse Umane.



(1) Rappresenta gli ammortamenti delle immobilizzazioni materiali e immateriali e gli accantonamenti a riserve.

Distribuzione del valore - Il Valore Aggiunto Lordo/4

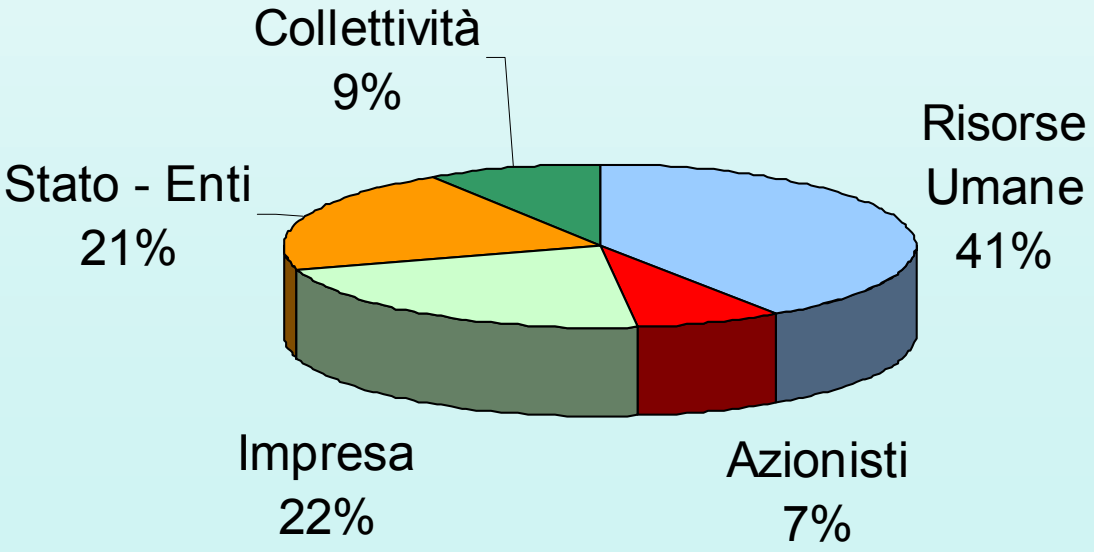
Nel 2002 le **Risorse Umane** hanno assorbito la quota principale (40,7%) del valore aggiunto (199 milioni) sotto forma di stipendi, oneri sociali, trattamento di fine rapporto e quiescenza.

Un quinto (107 milioni) è di pertinenza dell'**Impresa** e rappresenta le risorse accantonate per il futuro dell'azienda.

Un altro quinto (103 milioni) viene destinato allo **Stato ed Enti**, sotto forma di imposte dirette ed indirette.

L'8,8% (43 milioni) è destinato alla **Collettività**, tramite erogazioni e liberalità, compresi i dividendi alla Fondazione.

Il 7,4% (36 milioni) agli **Azionisti** (esclusa la Fondazione), sotto forma di dividendi.



Le relazioni con gli stakeholder

L'azienda non vive isolata, ma è al centro di una serie di relazioni con soggetti diversi. Le modalità di rapportarsi agli stakeholder trovano nella "mission" comunicata dal top-management la propria cornice di riferimento.

Azionisti

Clienti

Risorse Umane

Fornitori

Collettività e Ambiente

Stato ed Enti

Risorse Umane

Banca Carige, contestualmente all'espansione dimensionale degli ultimi anni, ha visto il progressivo inserimento nella propria struttura di persone provenienti da altre realtà territoriali e bancarie. I dipendenti della Banca sono cresciuti dagli inizi degli anni '90 di oltre 900 unità a 3.883 (di oltre 1.900 unità, da 2.962 del 1989 a 4.884, a livello di conglomerato bancario e assicurativo).

Le linee guida su cui la Banca fonda la relazione con i dipendenti sono:

Valorizzazione delle specificità culturali e professionali all'interno di un sistema di valori condiviso → **Comunicazione interna**

Motivazione e professionalizzazione → **Sistemi incentivanti Formazione**

Pari opportunità al personale femminile → **Aumento presenza e livelli di responsabilità**

Clienti/1

La Banca Carige conta 787.000 clienti (oltre un milione a livello di Gruppo), il 93,1% è costituito da privati, il 4,8% da imprese e il 2,1% da enti pubblici.

La **centralità del cliente,** valorizzata attraverso la soddisfazione delle sue esigenze finanziarie e la cura degli aspetti relazionali, rappresentano un caposaldo dell'intera strategia.

Ciò si realizza attraverso:

Predisposizione di un **sistema multicanale integrato**,
basato sia sull'espansione della rete di sportelli,
sia sullo sviluppo di soluzioni tecnologiche avanzate

La gestione per **segmenti omogenei di clientela**
(private, affluent, corporate e retail)

L'offerta di una **gamma ampia di prodotti e servizi**
sia per i privati che per le imprese

Clienti/2

Lo "scambio sociale" si concretizza nella cura di:

Customer satisfaction → Monitoraggio sistematico del livello di soddisfazione e della qualità dei servizi offerti

Trasparenza →
- Contrattualistica, condizioni
- Adesione al Codice di Condotta volontario sui mutui

Segmenti "sociali" →
- Terza e quarta età
- Giovani
- Extracomunitari
- Clientela marginale
- Piccole imprese in fase di start-up

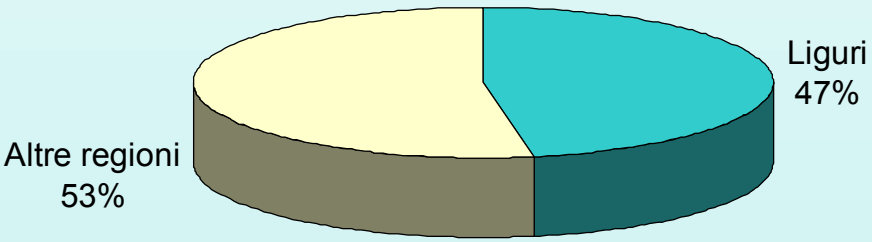
Fornitori

I fornitori della Banca Carige sono oltre 4.700.

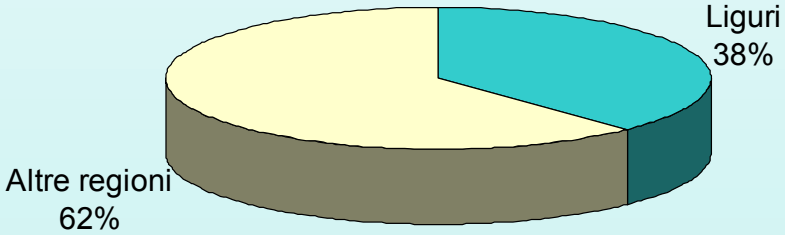
Nonostante la ricerca dell'efficienza e l'ampliamento territoriale abbiano favorito lo sviluppo di rapporti di fornitura su base nazionale, una particolare attenzione è rivolta alle aziende locali e ai fornitori tradizionali della Banca, per incentivare lo sviluppo economico del territorio in cui opera.

Nel 2002, il 47% dei fornitori sono liguri e rappresentano il 38% del fatturato.

Numero



Fatturato

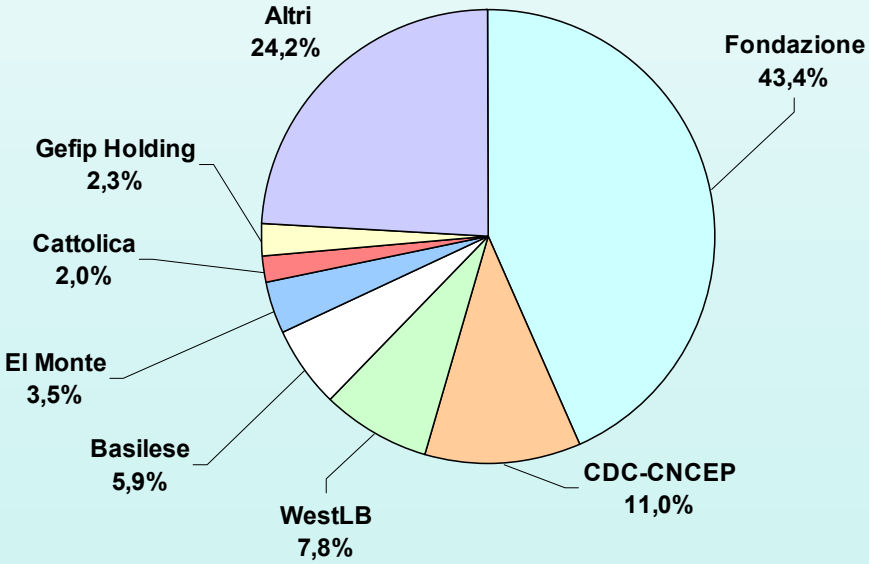


Azionisti

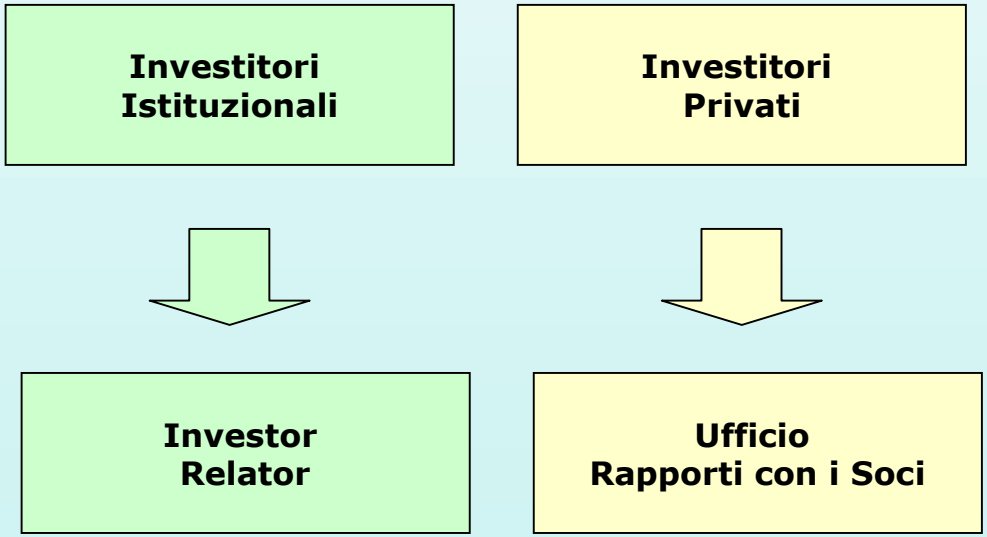
La Fondazione detiene il 43,4% delle azioni ordinarie; il restante azionariato Carige è composto da un nucleo di soci istituzionali italiani ed esteri e da oltre 32.000 azionisti privati, tra cui numerosi clienti e dipendenti.

Sin dal momento della sua quotazione in Borsa, la Banca ha mirato ad instaurare **rapporti con gli azionisti basati la massima trasparenza e collaborazione**, sia con gli investitori istituzionali, sia con quelli privati.

Per rassicurare gli investitori sulla presenza all'interno della Banca di un modello organizzativo chiaro e definito, con un corretto equilibrio tra gestione e controllo, la Banca Carige ha aderito nel febbraio 2001 al **Codice di Autodisciplina delle Società Quotate** (c.d. Codice Preda).



Quote% sul capitale ordinario



Stato ed Enti

La Banca Carige pone particolare rilevanza ai rapporti con lo Stato e gli Enti, specie quelli locali, le relazioni con i quali si caratterizzano per la massima collaborazione, correttezza e trasparenza.

Prodotti e Servizi

- Gestione servizi di tesoreria e cassa per 618 enti, di cui il 91% Liguri
- Il 12% degli impieghi sono a EE.PP.
- Servizi di consulenza ed advisoring

Imposte

Le imposte pagate rappresentano il 16% del margine di intermediazione.
Nel loro ambito l'IRAP va per l'88% a favore della Liguria e l'ICI per l'86% viene versata ai comuni liguri.

Collaborazioni

Scuole superiori: giornate di studio e visite c/o Formazione Carige

Università: testimonianze aziendali e stage

Collettività

Banca Carige è particolarmente attenta alle istanze di sviluppo economico, sociale e culturale delle comunità in cui è insediata, sostenendo le iniziative di associazioni ed enti economici, culturali, religiosi e sportivi.

Sviluppo Locale	Promozione dello **sviluppo locale** e **recupero del territorio** attraverso partecipazioni a GAL e società a capitale misto pubblico-privato
Cultura	Esposizione e apertura al pubblico del considerevole **patrimonio artistico**
Editoria	Pubblicazione di tre **riviste specializzate** economiche e culturali e **volumi tematici**
Convegni	Direttamente o in collaborazione con Università, Ordini Professionali e Associazioni di categoria.

Ambiente

L'attenzione ai temi ambientali coinvolge in misura crescente anche il Sistema bancario, con riferimento sia ai riflessi diretti dell'attività, sia a quelli indiretti, prevalentemente connessi alla tipologia e caratteristiche degli investimenti e delle iniziative da finanziare.

Per quanto riguarda gli **aspetti diretti**, pur non essendo particolarmente rilevanti, Banca Carige attua scrupolosamente tutti gli adempimenti richiesti dalla normativa, in modo da prevenire possibili rischi di inquinamento.

Per quanto riguarda gli **aspetti indiretti** il rispetto delle normative in tema di tutela ambientale fa parte degli elementi oggetto di considerazione nell'ambito delle iniziative da finanziare.

Conclusioni

Banca Carige è un'impresa socialmente responsabile?

Il forte radicamento territoriale in una regione dove un residente su quattro è cliente della Banca, ha reso, da sempre, imprescindibile concentrare l'attenzione sui risvolti sociali delle decisioni aziendali, da un lato al fine di non compromettere il patrimonio di fiducia e di reputazione acquisiti in secoli di storia, dall'altro lato nella consapevolezza che lo sviluppo del territorio e lo sviluppo della Banca sono tra loro strettamente interdipendenti.

Questa consapevolezza informa la definizione delle strategie aziendali.

Strategia societaria

Strategia industriale