

ANNO 2
numero 3

Notiziario della

NEW



BANCA POPOLARE
del FRUSINATE

ilcent



Il modello
territoriale rilancia
lo sviluppo

EDITORIALE 3

BPF&TERRITORIO 4

*BPF sponsor della Scuola Calcio Frosinone -
Corso di Informatica per disabili -
Concerto di Natale -
XVIII concerto di fine anno a Casamari*

SERVIZI&PRODOTTI 8

In arrivo la "Carta Veroli Basket" -

BPF&SOCl 10

*Gita sociale a Parigi -
Gli interventi a favore della Sanità -
Importante donazione agli ospedali
di Alatri e Sora*

IO BPF&TU? 14

Io BPF... e tu? -

PAGINA CENTRALE 18

*Solidità e sicurezza -
La BPF nello scenario finanziario attuale
Il Modello Territoriale -
rilancia lo Sviluppo
Banca e Territorio -
Intervento del Vice Direttore Generale della
Banca d'Italia, Giovanni Carosio*

VIAGGIO nelle FILIALI 24

*Frosinone -
Nuovo Spot televisivo -
"La Banca dei Campioni"
Pallavolo Sora -*

SPAZIO SOCI 28

Isabella Visocchi racconta il "Silva Spa" -

BPF&SOLIDARIETÀ 31

Chiesa Santa Francesca Romana a Veroli -

Anno 2 - n° 3 - Dicembre 2008

Notiziario Trimestrale della Banca Popolare del Frusinate

Banca Popolare del Frusinate

Consiglio d'Amministrazione

Bruno Di Cosimo (Presidente)

Gerardo Plocco (Vice Presidente)

Consiglieri

Sergio Armida, Roberto Bottini, Domenico Capogna, Ignazio Carbone, Massimo Chiappini, Luigi Conti, Pietro Fabrizi, Adriano Pistilli, Domenico Polselli, Giancarlo Salvatore, Giorgio Toti, Gaetano Visocchi, Leonardo Zeppieri

Collegio Sindacale

Effettivi

Maurizio Ferrante (Presidente)

Franco Baldassarre

Antonio Gargano

- Supplenti

Gaetano Di Monaco

Stefano Donati

Collegio dei Probiviri

Effettivi

Aldo Simoni (Presidente)

Tommaso Fusco

Antonio Iadicicco

Roberto Magliocchetti

Vittorio Perlini

- Supplenti

Marcello Grossi

Carlo Uccioli

Direttore Generale

Rinaldo Scaccia

il NEW Cent

Direttore

Rinaldo Scaccia

Comitato di Redazione

Luigi Conti, Domenico Polselli, Giorgio Toti, Gaetano Visocchi

Direzione e Redazione

P.le De Matthaeis, 55 - 03100 Frosinone

Tel. 0775.2781 - Fax 0775.875019

Registrazione Tribunale di Frosinone n. 630-07

Informiamo che secondo quanto disposto dall'art. 7 del D.lgs N. 196/03 - Codice in materia di protezione dei dati personali ciascun lettore ha diritto in qualsiasi momento e del tutto gratuitamente di consultare, far modificare o cancellare i suoi dati o semplicemente opporsi a loro trattamento per la diffusione della rivista. Tale diritto potrà essere esercitato semplicemente scrivendo a Banca Popolare del Frusinate P.le De Matthaeis, 55 - 03100 Frosinone

Progetto Grafico e Stampa

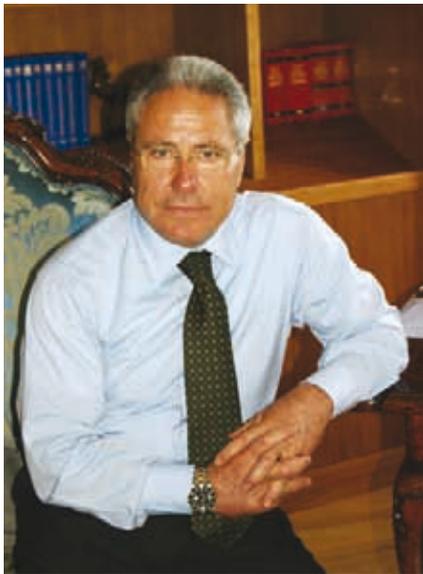
CB&C Canestraro Campioni & C S.r.l.

www.cbnet.it - info@cbnet.it

Foto

Archivio CB&C - Archivio APT - Archivio Banca Popolare del Frusinate - Matteo Canestraro

La collaborazione è libera e per invito. Gli articoli firmati esprimono l'opinione dei rispettivi autori. Eventuali richieste di fascicoli vanno rivolte alla redazione. La riproduzione anche se parziale degli scritti, dei grafici e delle foto pubblicati è consentita previa autorizzazione e citando la fonte.



Care lettrici, cari lettori, il mio intervento in questo numero de "Il New Cent" è finalizzato ad analizzare gli eventi che in questi mesi hanno sconvolto il mercato finanziario internazionale e le sue ripercussioni nell'economia reale della nostra Provincia.

Inquadrando il fenomeno in un'ottica più ampia, riporto alcuni passaggi di un intervento svolto dal dott. Giuseppe Zadra Direttore Generale dell'ABI non molto tempo fa, durante il quale evidenziò il «grande rilievo» del ruolo svolto dalle banche radicate nelle economie locali che «hanno saputo interpretare le esigenze delle imprese anche in presenza di bassa crescita e perdita di competitività».

Gli intermediari di maggiore dimensione in questi anni hanno privilegiato scelte strategiche mirate a favorire i settori più

innovativi, dando luogo inevitabilmente ad una bassa crescita e perdita di competitività nelle aziende che operano nei settori più tradizionali e, più specificamente, nelle piccole imprese.

La Banca Popolare del Frusinate, fedele al modello di Banca locale, non ha subito ripercussioni dalla crisi finanziaria degli ultimi mesi; una gestione attenta e scrupolosa, la prudenza avuta nell'erogazione del credito, il rispetto delle norme e la capacità di aggiornarsi e competere, sono stati e saranno elementi determinanti per la solidità del nostro Istituto.

Operando in una zona con una imprenditorialità diffusa che consente una attività bancaria ben remunerativa e con un basso indice di rischiosità, la Banca non ha mai messo in pericolo il proprio asset finanziario; al contrario, la politica proiettata alla crescita del patrimonio ed allo sviluppo della raccolta, ha favorito la stabilità dei conti, la costante redditività delle obbligazioni, garantendo inoltre l'autonomia presente e futura della Banca.

A conforto delle considerazioni finora espresse, vengono i dati del bilancio dello scorso anno approvato dall'Assemblea dei Soci, bilancio che sintetizza il buono stato di salute della Banca.

E' intenzione della Banca Popolare del Frusinate proseguire l'attività lungo questa strada vir-

tuosa, continuando a garantire il proprio sostegno alle piccole e medie imprese, la condivisione delle idee di sviluppo supportate da valide pianificazioni, l'aiuto ai giovani ed alle famiglie.

Con queste motivazioni la Banca si propone come partner finanziario ideale per il territorio, rafforzando il rapporto di fiducia già costituito e contribuendo efficacemente a superare la crisi finanziaria attuale.

E' forse questo il miglior augurio che posso rivolgere, oltre ovviamente a quelli indirizzati alle prossime vacanze natalizie, nel ricordo della sacralità del momento e della serenità che a tutti voi auspico.

Con i migliori auguri di Buon Natale e di un Felicissimo Anno Nuovo

Bruno Di Cosimo

Presidente del Consiglio di Amministrazione



BANCA POPOLARE SPONSOR DELLA SCUOLA CALCIO FROSINONE

Sabato 22 novembre 2008 il Frosinone Calcio ha celebrato, prima dell'inizio della partita contro l'Ascoli, gli ottanta anni di storia. Per l'occasione sono stati invitati circa cinquanta ex giocatori giallazzurri che hanno scritto pagine importanti nella storia del club. E' stato un emozionante viaggio nel tempo, con personaggi come Mario Muffato o Tonino Spaziani che sono rimasti di provata fede giallazzurra. A simboleggiare il passaggio di consegne e la continuità con il presente, la partecipazione alla manifestazione degli allievi della Scuola Calcio del Frosinone, circa trecentocinquanta ragazzi

che hanno riempito, insieme ai loro genitori, il rettangolo di gioco dello stadio Comunale.

La Banca Popolare del Frusinate divenuta sponsor anche della Scuola Calcio, ha arricchito con un'altra lodevole iniziativa il ruolo sociale svolto da sempre nei confronti della comunità locale, partecipando attivamente ed economicamente in tutte quelle realtà che contribuiscono a togliere i giovani dalla strada educandoli alla convivenza ed alla partecipazione civile nella società.

Alla manifestazione hanno partecipato il Presidente del Frosinone Calcio Maurizio Stirpe, Piero Lucchese e Luigi Lunghi dirigenti

della Scuola Calcio ai quali sono andati i ringraziamenti di Luigi Conti, Gaetano Visocchi, Giorgio Toti e Domenico Polselli in rappresentanza della Banca Popolare del Frusinate.

La cerimonia si è conclusa con la premiazione dello sponsor principale del Frosinone Calcio, vale a dire la Banca Popolare del Frusinate, la stampa sportiva ciccara e la tifoseria giallazzurra. A quest'ultima è andata la targa voluta dal Presidente Maurizio Stirpe sulla quale c'era scritto: «Con gratitudine alla Curva Nord per aver sostenuto e accompagnato il Frosinone in questi 80 anni di storia».



Corso di Informatica per disabili

Corso di Informatica per disabili

La Banca Popolare del Frusinate insieme all'Amministrazione Provinciale di Frosinone - Assessorato Formazione Professionale, alla MICROSOFT con sede a Milano ed alla STELUTED S.n.c. con sede a Frosinone, hanno recentemente siglato un accordo di collaborazione per la realizzazione di un progetto formativo per disabili. Nato dalla consapevolezza che una collaborazione fra mondo della scuola, istituzioni pubbliche e aziende private abbia un ruolo strategico per realizzare forme di aggiornamento, formazione e più in generale per offrire un sostegno all'attività degli studenti disabili,

il progetto prevede l'organizzazione di un corso di 100 ore pomeridiane, da svolgersi in più riprese, rivolto a 15 alunni in situazione di handicap delle scuole della provincia, con l'obiettivo prioritario di portare gli iscritti, in funzione delle proprie potenzialità e tenendo conto dei rispettivi deficit, al conseguimento di una speciale certificazione Microsoft per i seguenti applicativi: a) Microsoft Word; b) Microsoft Excel; c) Microsoft Outlook. Il Progetto prevederà la seguente ripartizione di ore tra i tre moduli:

- a) Microsoft Word: 40 ore;
- b) Microsoft Excel: 40 ore;
- c) Microsoft Outlook: 20 ore.

Si cercherà di facilitare gli apprendimenti con l'utilizzo di metodologie di rinforzo, di semplificazione dei termini, di "apprendimento attraverso l'esperienza diretta", in generale mettendo in atto le metodologie necessarie per un

insegnamento individualizzato e rivolto ad alunni con difficoltà di apprendimento. I docenti impegnati nel corso avranno competenze nei due settori didattici, quello informatico e quello delle metodologie di insegnamento rivolte ai portatori di handicap. Saranno i docenti a fare da "interpreti" rispetto al lessico informatico utilizzato.

La Banca Popolare del Frusinate nel rispetto delle sue finalità istituzionali, con la partecipazione in qualità di sponsor - a questo interessante progetto persegue la volontà di diffondere e potenziare le capacità di autonoma gestione delle scuole, di promuovere il successo formativo dei giovani, al fine di assicurare lo sviluppo di una formazione di alto e qualificato profilo che valorizzi il ruolo della persona, il diritto di cittadinanza, la cooperazione, la solidarietà.



Concerto di Natale

XVIII CONCERTO DI FINE ANNO A CASAMARI

Si terrà martedì 30 dicembre alle ore 18,00 il XVIII concerto di fine anno presso l'Abbazia di Casamari, importante appuntamento musicale della nostra provincia ed ottima occasione per trascorrere una piacevole serata in attesa del Nuovo Anno.

Sulla scia del successo della scorsa edizione, quest'anno il concerto propone la Sinfonia n. 2 di Beethoven e la Missa Sancti Bernardi di Haydn.

L'evento, la cui partecipazione è gratuita, è presentato dall'Abate e dalla Comunità monastica di Casamari, dalla Banca Popolare del Frusinate, dal Comune di Veroli, dall'Azienda di Promozione Turistica di Frosinone, dall'Assessorato cultura e turismo della Provincia di Frosinone e dalla Regione Lazio.

Protagonista nell'organizzazione e nella sponsorizzazione di eventi culturali strettamente legati al mondo della musica, la Banca conferma il suo impegno nella promozione e nella diffusione dell'arte musicale in Ciociaria.

La partecipazione al concerto di fine anno si inserisce, infatti, in un contesto più ampio che la vede

impegnata nel sostegno a diverse iniziative musicali, come la ormai storica sponsorizzazione del Festival di Casamari e quella più recente del Liri Blues Festival.

Si tratta sempre di eventi di indiscussa qualità, noti in tutto il panorama musicale nazionale ed ottima cassa di risonanza del ruolo che la Banca svolge per la crescita e lo sviluppo del territorio.

La Banca Popolare del Frusinate è in sintonia con gli intenti degli organizzatori, proiettata a diventare una realtà non solo economica ma anche culturale della provincia, partner affidabile per tutti quei progetti che siano in grado di meglio rappresentare il condiviso concetto di industria della cultura, organizzare cioè eventi che abbiano una ricaduta complessiva sotto ogni aspetto.



XVIII CONCERTO DI FINE ANNO Abbazia di Casamari

30 Dicembre 2008 – ore 18.00

PROGRAMMA

PRIMA PARTE

Ludwig Van Beethoven
Sinfonia n. 2
In re maggiore opus 36

Coro Josquin des Pres di Ceccano

Direttore Mauro Gizzi

SECONDA PARTE

Franz Joseph Haydn
Missa Sancti Bernardi Von Offida
(Heiligmesse)
per soli, coro ed orchestra

Coro Polifonico Comunale di Villa Santo Stefano

Direttore Guido Iorio

**ORCHESTRA SINFONICA
DEL TEATRO DI RUSSE**

Direttore Leonardo Quadrini

IL COORDINATORE CONCERTO
DI FINE ANNO
Giuseppe Langella

IL RESPONSABILE CONCERTO
DI FINE ANNO
Federico Farina



CARTA VEROLI BASKET

In arrivo la "Carta Veroli Basket"

La Banca Popolare del Frusinate è Sponsor del Basket Veroli, squadra impegnata nella Legadue Basket.

Intorno a questa bella realtà cittadina si raccoglie l'entusiasmo dei tifosi e di tutti gli appassionati.

La Prima Veroli può contare anche sul supporto continuo dei manager e del direttore sportivo, impegnati nell'affrontare le difficoltà derivanti dalla gestione di una società che ha l'ambizione di crescere e misurarsi con le realtà più importanti del panorama nazionale.

Con lo scopo di sancire ulteriormente il già proficuo sodalizio, la BPF sta predisponendo sulla scorta della "Carta del tifoso", un apposito strumento finanziario dedicato ai tifosi della Prima, la "Carta Basket Veroli".

La carta sarà distribuita presso tutte le filiali della Banca e sarà inoltre possibile chiederne informazioni tramite il sito www.bpf.it.



è arrivata la carta che aspettavi!

(prepagata-ricaricabile)



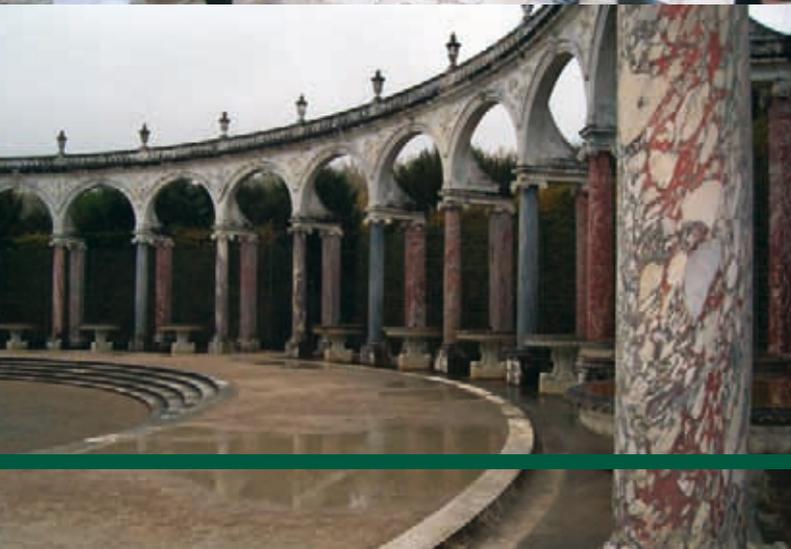
vantaggi

- * prelievi presso tutti gli sportelli ATM in Italia ed estero
- * acquisti tramite internet sui siti convenzionati VISA ELECTRON
- * validità di 5 anni
- * pagamenti vari
- * ricarica 2,50 euro

CARTA EURA RICARICABILE
a soli € 5,00
richiedila presso
la tua filiale!

la carta del Tifoso

* Info e fogli informativi presso le nostre filiali.



Gita sociale a Parigi

Si è conclusa positivamente la gita sociale svoltasi a Parigi durante il ponte di Ognissanti.

La partecipazione, anche in quest'occasione, è stata numerosa, segno dell'affetto e del clima di amicizia che regna tra i Soci della Banca.

Le visite guidate hanno raccolto l'interesse e l'entusiasmo dei partecipanti. Maria Pia Ruggeri, moglie di Francesco Porretti, Socio di Ferentino, ci racconta brevemente com'è andata.

“Non è la prima volta che partecipiamo alle iniziative della Banca

dedicate ai Soci. Parigi è stata una piacevole riscoperta, molti dei presenti l'avevano infatti scelta in passato come meta del loro viaggio di nozze.

L'organizzazione è stata impeccabile sia nella definizione degli itinerari che nella selezione degli alberghi, sempre di ottimo livello.

Il primo giorno lo abbiamo dedicato interamente a Parigi, grazie ad una visita panoramica piuttosto completa che ha toccato tutti i luoghi e i monumenti simbolici della città.

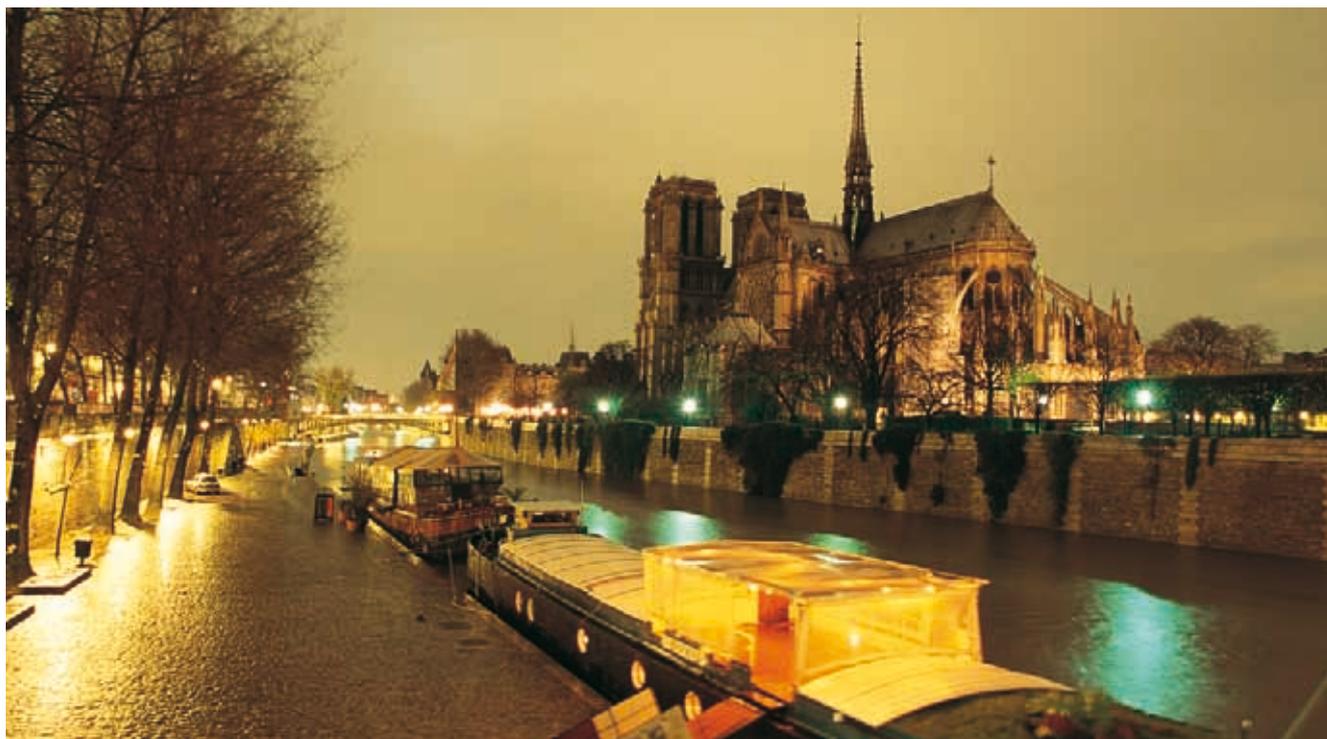
Molto interessante la visita a Notre Dame e agli Champs Elysées; quest'ultimi mi hanno colpito oltre che per l'intensità ed il romanticismo del paesaggio per la presenza di tantissime persone che affollavano ogni dove

riempiendo lo spazio di colori e suoni. Insieme ad alcuni amici del gruppo ci siamo concessi un momento di scintillante eleganza consumando un caffè all' Hôtel Ritz di Place Vendôme.

La serata successiva ricordo con piacere la cena a Montmartre e lo spettacolo del Lido che devo dire non ha nulla da invidiare al Moulin Rouge.

Ben abbinata ed organizzata la visita nella regione di Champagne con la splendida Reims, dove abbiamo mangiato presso una delle “cave” locali.

Grazie quindi alla Banca Popolare del Frusinate, che ci ha dato la possibilità di riassaporare la grand air di Parigi e partecipare, in allegria compagnia, al perenne movimento di una metropoli”.



Gli interventi a favore della Sanità

Gli interventi a favore della Sanità

IMPORTANTE DONAZIONE AGLI OSPEDALI DI ALATRI E SORA

La Banca Popolare del Frusinate ha contribuito, in modo determinante, alla raccolta di fondi finalizzata all'acquisto di un'importante apparecchiatura per le Unità Radiologiche degli Ospedali di Alatri e Sora.

Grazie all'intervento della Banca è stato infatti possibile consegnare il VACORA, un sistema di microbiopsia della mammella "vuoto assistita" che permetterà l'esecuzione di indagini microbiotiche preparatorie a completamento dell'iter diagnostico senologico, con indagini istologiche precise e soprattutto, con la possibilità di evitare la biopsia chirurgica (40 minuti circa di intervento più un'ora di sala operatoria).

Il Dott. Luigi Silici, Resp. di Area Dipartimentale a Sora ed il Dott. Maurizio Noce, Resp. di Area Dipartimentale ad Alatri, in occasione della cerimonia di consegna al Dott. Zotti, Direttore Generale della AUSL di Frosinone, si sono detti molto soddisfatti del traguardo rag-

giunto, evidenziandone gli aspetti positivi legati all'innovazione tecnologica applicata alla medicina ed alla maggiore capacità di prevenzione che gli ospedali riusciranno ad esprimere grazie alla donazione dello strumento diagnostico.

Oltre ad omologare il nostro sistema sanitario locale ai protocolli senologici italiani ed europei, la disponibilità di tale apparecchio diagnostico, rappresenta un'eccezione nel panorama sanitario regionale e fa della AUSL di Frosinone un punto di riferimento nella diagnosi del tumore della mammella.

PER I SOCI DELLA BPF

Presso gli ospedali di Alatri e Sora i soci della BPF possono effettuare la mammografia senza file di attesa telefonando e prenotando attraverso la segreteria della nostra banca.

Per informazioni e prenotazioni:

Antonella Boni

ufficio 0775.278328

fax 0775.875019





**BANCA POPOLARE
del FRUSINATE**

ti presenta

la carta del Tifoso

è arrivata

la carta che aspettavi!

(prepagata-ricaricabile)



vantaggi

- * prelievi presso tutti gli sportelli ATM in Italia ed estero
- * acquisti tramite internet sui siti convenzionati VISA ELECTRON
- * pagamenti vari
- * validità di 5 anni
- * ricarica 2,50 euro

* Info e fogli informativi presso le nostre filiali.

CARTA EURA RICARICABILE
a soli € 5,00
richiedila presso
la tua filiale!



**BANCA POPOLARE
del FRUSINATE**

www.bpf.it - bpf@bpf.it - tel. 0775.2781

sempre più vicino a te ...



IO BPF & TU?



Anche in questo numero de “Il New Cent” proseguiamo con le interviste a Soci e clienti raccolte nella rubrica intitolata “IO BPF e TU?”. Ringraziamo sinceramente tutti coloro che hanno deciso di partecipare.

SERGIO CAMPIONI
(Filiale di Frosinone - Socio)

1. Carissimo Socio

quali sono, secondo il suo parere, gli elementi che meglio connotano il rapporto tra il Socio e la Banca Popolare del Frusinate?

Innanzitutto è necessario fare una premessa; sono tra i fondatori della BPF ma non sono mai stato cliente fino a luglio del 2008, quando ho iniziato i rapporti presso la sede della Direzione Centrale, quindi posso e voglio esprimere la mia opinione “de scientia” e non “de relata”. Ho constatato che uno dei punti di forza della BPF è sicuramente il rapporto umano che si instaura con il cliente, rapporto connotato da una discreta professionalità e anche da quell’aspetto - raro a trovarsi in altri contesti simili - di un percorso di vita, esperienze e quotidianità condivise. Questa sensazione mi ha subito messo a mio agio ed ha facilitato, nel rispetto dei ruoli, una certa immediatezza dei rapporti che rende tutto più snello ed efficiente.

2. Essere Socio e Cliente di una Banca Popolare richiede spesso

una partecipazione attiva e propositiva. Nel corso delle Assemblee ordinarie ha apprezzato il modo in cui sono stati trattati i diversi argomenti all’ordine del giorno e le decisioni prese?

Si.

3. Ritiene che il livello di comunicazione della Banca nei confronti dei Soci sia idoneo e tempestivo?

Come Socio sì, come Cliente aspetto di verificarlo, ma sicuramente non può che essere in linea.

4. Intervenendo spesso nel mondo della beneficenza, della solidarietà, della cultura e dello sport, la Banca redistribuisce sul territorio parte delle propria ricchezza oltre che investire per la diffusione della propria immagine. Ha apprezzato qualche iniziativa in particolare e pensa sia giusto proseguire lungo questo percorso?

Per motivi di lavoro mi trovo spesso fuori sede e mi fa piacere - concedendomi un pizzico di campanilismo e di orgoglio per la terra natia - apprendere che il nome di Frosinone attraverso le sponsorizzazioni sportive negli ultimi anni è estremamente diffuso.

Per il discorso della beneficenza tutte le iniziative sono apprezzabili, perché credo che fare beneficenza arricchisca interiormente chi la fa ancor più di chi la riceve.

5. La Banca Popolare del Frusinate ha investito molto sull’innalzamento del livello tecnologico delle proprie filiali e nel rapporto con la clientela. Ha apprezzato questi interventi e ne trae benefici?

Absolutamente sì, anche se credo ci sia ancora molto da fare, in particolare sul servizio home banking.

6. Secondo lei, dalla sua fondazione, la nostra Banca ha conservato inalterata la sua mission: Banca del Territorio?

Già! La mission.... ; sicuramente la BPF ha nel proprio DNA la vocazione ad essere banca del territorio e banca per il territorio. Indubbiamente la nostra terra ha subito profondi cambiamenti socio economici dei quali, la BPF, non può non tener conto nel modulare la propria attività ai fini del perseguimento della mission.

Io personalmente ho un sogno. Immagino una banca capace di sviluppare sempre più la propria vocazione ad essere volano per le iniziative sul territorio, finanche ad essere in grado di svolgere una funzione di Merchant locale, finanche ad essere parte attiva nel capitale di imprese locali che vogliono crescere, finanche a rappresentare un polo di attrazione per investimenti “esterni”, finanche ad essere advisor per imprese locali impegnate nel difficile momento del cambio generazionale. E’ un sogno? I sogni

IO BPF& TU?

finiscono all'alba? Ma spesso i sogni s'avverano. Questo sogno potrà avverarsi solo se ci sarà una classe imprenditoriale "evoluta" ed "aperta", cosciente della forza delle proprie idee e delle proprie capacità.

CLAUDIO CATALDI (Filiale di Frosinone - Socio)

1. *Carissimo Socio quali sono, secondo il suo parere, gli elementi che meglio connotano il rapporto tra il Socio e la Banca Popolare del Frusinate?*
Sicuramente il rapporto umano, la disponibilità e la cortesia che rappresentano cosa fondamentale in questo mondo di NUMERI.
2. *Essere Socio e Cliente di una Banca Popolare richiede spesso una partecipazione attiva e propositiva. Nel corso delle Assemblee ordinarie ha apprezzato il modo in cui sono stati trattati i diversi argomenti all'ordine del giorno e le decisioni prese?*
Purtroppo per impegni di lavoro ho partecipato solo poche volte, ma in quelle rare occasioni devo ritenere che gli argomenti posti in discussione sono sempre stati trattati in maniera chiara ed esaustiva.
3. *Ritiene che il livello di comunicazione della Banca nei confronti dei Soci sia idoneo e tempestivo?*
Sì, ritengo che le comunicazioni che la Banca invia periodicamente ai soci siano puntuali

e qualificate.

4. *Intervenendo spesso nel mondo della beneficenza, della solidarietà, della cultura e dello sport, la Banca redistribuisce sul territorio parte delle propria ricchezza oltre che investire per la diffusione della propria immagine. Ha apprezzato qualche iniziativa in particolare e pensa sia giusto proseguire lungo questo percorso?*
La redistribuzione sul territorio dei profitti della Banca è sicuramente lodevole per la beneficenza e la solidarietà ma, sono altrettanto apprezzabili le varie sponsorizzazioni tra cui il concerto di musica classica che si svolge a Casamari e il Fiuggi Family Festival e, ritengo che iniziative di questo tipo debbano sicuramente essere incrementate e rivolte ad eventi ancor più prestigiosi.
5. *La Banca Popolare del Frusinate ha investito molto sull'innalzamento del livello tecnologico delle proprie filiali e nel rapporto con la clientela. Ha apprezzato questi interventi e ne trae benefici?*
Devo rilevare che la tecnologia impiegata ottimizza il rapporto con la clientela, apprezzabile è il conto on-line per la sua strutturazione, di facile impiego e molto vantaggioso per chi come me opera in luogo non servito da uno sportello della Banca.
6. *Secondo lei, dalla sua fondazione, la nostra Banca ha conserva-*

to inalterata la sua mission: Banca del Territorio?

Sì, anche se devo constatare che la stessa ha rivolto molta poca attenzione alla parte nord della Ciociaria, la quale sente una carenza della presenza di una Banca Popolare. A tal fine mi permetto di suggerire la necessità di uno sportello a Fiuggi, quale fulcro logistico proprio di quella zona.

PASQUALINO MAZZOCCHIA (Filiale di Frosinone - Socio)

1. *Carissimo Socio quali sono, secondo il suo parere, gli elementi che meglio connotano il rapporto tra il Socio e la Banca Popolare del Frusinate?*
Disponibilità di tutto il personale, coinvolgimento su iniziative sociali, continua informazione.
2. *Essere Socio e Cliente di una Banca Popolare richiede spesso una partecipazione attiva e propositiva. Nel corso delle Assemblee ordinarie ha apprezzato il modo in cui sono stati trattati i diversi argomenti all'ordine del giorno e le decisioni prese?*
Sì, anche se a volte mancano di partecipazione attiva, magari si potrebbe pensare una preparazione delle Assemblee anche con lettere e/o interviste..
3. *Ritiene che il livello di comunicazione della Banca nei confronti dei Soci sia idoneo e tempestivo?*
Sicuramente sì.

4. *Intervenendo spesso nel mondo della beneficenza, della solidarietà, della cultura e dello sport, la Banca ridistribuisce sul territorio parte delle propria ricchezza oltre che investire per la diffusione della propria immagine. Ha apprezzato qualche iniziativa in particolare e pensa sia giusto proseguire lungo questo percorso?*

Credo che un Istituto di credito abbia il dovere di essere presente sul territorio con solidarietà e beneficenza.

5. *La Banca Popolare del Frusinate ha investito molto sull'innalzamento del livello tecnologico delle proprie filiali e nel rapporto con la clientela. Ha apprezzato questi interventi e ne trae benefici?*

Sicuramente per quello che riguarda la gestione dell'attività quotidiana dell'azienda e soprattutto nel risparmio del tempo.

6. *Secondo lei, dalla sua fondazione, la nostra Banca ha conservato inalterata la sua mission: Banca del Territorio?*

Credo di essere sicuro. E' un riferimento per la nostra terra.

FRANCESCO PORRETTI (Filiale di Ferentino - Socio)

1. *Carissimo Socio*

quali sono, secondo il suo parere, gli elementi che meglio connotano il rapporto tra il Socio e la Banca Popolare del Frusinate?

In primo luogo il rapporto umano che è possibile instaura-

re con la Banca, un rapporto basato sulla fiducia e sulla trasparenza, nonché sulla condivisione della realtà territoriale nella quale si opera. Tutto ciò determina una maggiore coerenza dell'attività della Banca e la capacità di interpretare e valutare in modo corretto e reale le esigenze dei clienti.

2. *Essere Socio e Cliente di una Banca Popolare richiede spesso una partecipazione attiva e propositiva. Nel corso delle Assemblee ordinarie ha apprezzato il modo in cui sono stati trattati i diversi argomenti all'ordine del giorno e le decisioni prese?*

Gli argomenti sono sempre stati esposti chiaramente, anche i dati riguardanti il bilancio sociale che non a tutti sono familiari.

3. *Ritiene che il livello di comunicazione della Banca nei confronti dei Soci sia idoneo e tempestivo?*

In riferimento alla comunicazione istituzionale ossia quella relativa al rapporto economico che intercorre con la Banca, la documentazione è piuttosto chiara. La comunicazione di carattere divulgativo ed informativo, tramite la rivista periodica, è di ottimo livello.

4. *Intervenendo spesso nel mondo della beneficenza, della solidarietà, della cultura e dello sport, la Banca ridistribuisce sul territorio parte delle propria ricchezza oltre che inve-*

stire per la diffusione della propria immagine. Ha apprezzato qualche iniziativa in particolare e pensa sia giusto proseguire lungo questo percorso?

La beneficenza è uno strumento importante che le banche hanno a disposizione per intervenire direttamente sul territorio. Altrettanto la sponsorizzazione sportiva; l'immagine della banca e della Ciociaria stessa, soprattutto grazie alla sponsorizzazione del Frosinone Calcio, si è notevolmente diffusa negli ultimi anni contribuendo a sdoganare l'intera provincia da uno stereotipo non propriamente positivo e condizionato dalla mancanza di conoscenza.

5. *La Banca Popolare del Frusinate ha investito molto sull'innalzamento del livello tecnologico delle proprie filiali e nel rapporto con la clientela. Ha apprezzato questi interventi e ne trae benefici?*

Sì, anche se personalmente non faccio ricorso a questi strumenti che immagino destinati soprattutto agli imprenditori ed ai commercianti.

6. *Secondo lei, dalla sua fondazione, la nostra Banca ha conservato inalterata la sua mission: Banca del Territorio?*

Certamente. La Banca ha saputo ben rivolgersi alle famiglie ed alle piccole imprese riuscendo ad instaurare un dialogo che ha già portato i suoi frutti e continuerà

Solidità e sicurezza

LA BPF NELLO SCENARIO FINANZIARIO ATTUALE





I processi di globalizzazione finanziaria impongono alle grandi banche di ingrandirsi sempre più sia per poter realizzare una rete globale che possa fare da supporto alle imprese, ormai anche le medie, che articolano le loro produzioni in più Paesi secondo i costi e le possibilità commerciali che questi offrono, sia per ottenere economie di scala che possano essere rilevanti soprattutto nell'attività per le grandi imprese e nelle più corpose gestioni patrimoniali.

Diverso il discorso per le banche popolari, le quali nella maggior parte dei casi sono propense all'allargamento della rete distributiva esclusivamente a livello territoriale, potendo così contare su una razionalizzazione dei costi ed un maggiore equilibrio di bilancio. Inoltre, le regole di Basilea 2, avendo imposto parametri patrimoniali più rigorosi favoriscono indirettamente nell'attività di cre-

dito, le banche che hanno patrimoni più consistenti e con una più elevata differenziazione dei rischi. Altro aspetto positivo è che le banche popolari non sono scalabili in quanto costituite nella forma cooperativa che sancisce l'eguaglianza di tutti i soci indipendentemente dalle quote di capitale possedute. A motivo di questo voto capitarario, le banche popolari costituiscono di fatto un terreno precluso alle grandi banche per l'espansione cosiddetta per linee esterne, ossia quella che si realizza mediante acquisizioni ed incorporazioni di altre banche. Il voto capitarario determina l'autoreferenzialità del management di una banca popolare in quanto è improbabile che nell'assemblea dei soci possa formarsi una maggioranza contraria al management stesso proprio per l'assenza di azionisti di peso che possano catalizzarla. L'autoreferenzialità del management, o se si preferisce il voto capitarario, non sembra nuocere alla efficienza operativa delle banche popolari rapportata a quella del sistema bancario nel suo complesso. Le banche popolari, infatti, presentano indici di espansione superiori a quelli medi dell'intero sistema bancario sia per quanto riguarda il numero dei rapporti intrattenuti, sia se ci si riferisce al totale della massa amministrata. Ciò significa che il servizio reso – in regime di concorrenza e nelle identiche condizioni operative – viene apprezzato

dalla clientela anche comparativamente con quello offerto dalle banche concorrenti.

Oggi le banche popolari anche grazie alla quotazione in borsa di alcune di esse, sono cresciute ben oltre l'ambito originario che le vide nascere. Tanto sono cresciute che una delle argomentazioni portate a sostegno della tesi della loro omologazione alla forma societaria si riferisce proprio alla estensione territoriale da molte raggiunta che avrebbe fatto perdere le specifiche caratteristiche mutualistiche che giustificarono alla loro nascita la forma cooperativa.

I tempi, certo, sono cambiati e la mutualità del credito si è evoluta operativamente in una vera e propria attività bancaria. E tuttavia sopravvive il loro spirito o, detto con termine più alla moda, la loro "mission".

E' in questo contesto che possiamo tranquillamente inserire anche la Banca Popolare del Frusinate, la quale come molte altre, intanto non ha perso soprattutto rispetto ai grandi gruppi bancari, una maggiore considerazione per la clientela minore, per le aziende artigianali, per le piccole imprese, per le nuove iniziative, per quel tessuto economico denso e nello stesso tempo diffuso che costituisce tanta parte dell'economia italiana. Non è mutualità, ma è qualcosa che le somiglia, anche perché la nostra Banca ha mantenuto intatto il suo radicamento inteso non solo e non tanto in senso geo-

Il Modello Territoriale rilancia lo Sviluppo

grafico, quanto socio-economico. Ha mantenuto, cioè, il senso di istituzione volta alla promozione delle economie locali intesa non come business, come i più intendono oggi, ma come mezzo per una elevazione sociale e civile. Il far banca, per la BPF, serve sì a fare profitti e consentire, attraverso una oculata gestione del credito, ad altri di farne: siamo pur sempre in una economia capitalistica che attraverso il profitto misura il grado di successo nella creazione di nuova ricchezza.

Ma la Banca Popolare del Frusinate considera questa ricchezza prodotta da lei, o da altri con il suo aiuto, un fine intermedio, il fine ultimo essendo costituito da un benessere più elevato e diffuso, da un assetto sociale più ordinato, da servizi di istruzione e di assistenza più efficienti, da una migliore preservazione e valorizzazione del patrimonio artistico e culturale. Questa inclinazione non è andata perduta con la crescita dimensionale, tutt'altro. La crescita è stata voluta e vissuta proprio per poterla perpetuare anche in tempi nei quali le esigenze stesse dell'economia, l'evoluzione della normativa, e la maggiore concorrenza postulano differenziazione, economie di scala, articolazione territoriale delle presenze, patrimonializzazione.

Quest'ultimo termine ci aiuta ad introdurre il discorso legato all'aumento del capitale sociale, proposto e deliberato nel corso dell'ulti-

ma Assemblea dei Soci della Banca Popolare del Frusinate.

Ci preme in questa sede ed in questo particolare momento storico, evidenziare la responsabilità in capo a ciascun socio di considerare favorevolmente tale opzione, nel rispetto delle proprie disponibilità e valutando l'opportunità di dilazione offerta, sforzandosi di aderire allo scopo di garantire alla Banca l'ottima continuità amministrativa e soprattutto una presenza competitiva sul mercato.

Il Socio della nostra Banca ha acquistato le quote nella prospettiva di ricavarne un buon reddito e di veder crescere il valore dell'investimento, ma lo ha fatto anche – e qui ritorna una forma che richiama la mutualità – per partecipare ad una iniziativa alla quale si riconosce una funzione nella crescita civile ed economica della città o provincia nella quale vive e nella quale cresce i suoi figli. La grande maggioranza dei Soci è composta di "conterranei" che mantengono stabilmente le loro quote e partecipano alla vita della Banca ritrovandosi nelle assemblee ed in altre circostanze.

Tutto questo costituisce un patrimonio non solo economico, ma anche di civiltà e di costruttiva convivenza della comunità locale; l'aumento del capitale sociale consolida definitivamente tale patrimonio.

*Il Direttore Generale
Rinaldo Scaccia*

Il Modello Territoriale rilancia lo Sviluppo

Porta importanti insegnamenti il primo provvisorio bilancio del "tornado finanziario" che è partito dagli Usa e che ha avuto differenziate conseguenze globali.

Innanzitutto è finita l'illusione che la finanza possa svilupparsi prescindendo dall'economia reale: è stata colpita in profondità l'epoca delle scommesse finanziarie basate su sofisticati e complessi modelli matematici sovente gestiti da persone che ritenevano potessero rappresentare tutti gli aspetti della realtà, a scapito della sana e prudente gestione basata innanzitutto sugli elementi fondamentali della produzione, del consumo e degli investimenti.

E' finita l'illusione che la redditività possa prescindere e crescere a scapito della solidità patrimoniale e che le agenzie di rating garantiscano sui risultati del presente e del futuro, quando misurano - e il tempo ci dirà in che modo - soltanto quanto già è avvenuto.

Invece, si è dimostrata maggiore la solidità dei mondi bancari e finanziari, come l'italiano, dove le norme legislative sono fittissime (talvolta perfino troppo) e dove le Autorità indipendenti di vigilanza hanno progressivamente intensifi-

cato le loro attività, dove l'importanza della solidità patrimoniale e della sana e prudente gestione sono dei presupposti, dove le regole (e non l'anarchia) garantiscono il più possibile il corretto ed efficiente funzionamento del libero mercato.

Sono anche finite le mode (che pure mai abbiamo condiviso) che vedevano nella crescita dimensionale infinita il fine principale delle imprese bancarie e finanziarie: la dimensione è, invece, soltanto uno degli elementi competitivi, non il solo o il principale.

E, infatti, sempre valido l'insegnamento di Luigi Einaudi che vi possono essere banche buone o cattive tra le grandi, così come tra le medie o le piccole.

Nei giorni più acuti del "tifone finanziario" si è potuto notare come siano più al sicuro le imprese bancarie che hanno più solidità patrimoniale, frazionamento e prudente gestione dei rischi, forte radicamento sui territori per raccogliere risparmi da impiegare in aziende produttive e in altri oculati investimenti.

Questa esperienza ha ulteriormente rafforzato l'importanza del risparmio delle famiglie stabilmente (o comunque con lunghissima prospettiva) investito nelle banche, assieme al parallelo positivo ruolo degli investitori istituzionali ben radicati, come le Fondazioni, che garantiscono orizzonti di stabilità e di prospettive solide e che possono anche

rafforzare la solidità patrimoniale degli istituti partecipati.

Ora occorre aggiornare ulteriormente le regole, soprattutto internazionali - con più attenzione alla sostanza che alla forma - a tutela del corretto funzionamento dei mercati; in Europa occorre in particolare rafforzare ed integrare maggiormente le responsabilità di vigilanza e di prevenzione della Banca centrale europea come centro e sintesi del Sistema europeo delle Banche centrali.

Occorre soprattutto fare tesoro della durezza e della rischiosità del "tifone finanziario" che ha travolto negli Usa alcune delle più blasonate banche, che ha costretto diversi Governi europei a interventi d'emergenza su istituti dei loro Paesi e ha finora mostrato un'Italia in grado di non ripetere i dissesti bancari che, in lontani decenni, erano tanto costati ai risparmiatori, alle banche sane ed ai contribuenti.

In futuro, sempre rifuggendo dai superficiali trionfalismi, occorrerà anche aver più rispetto generale verso i modi, anche tradizionali di far banca prudentemente e localmente.

Antonio Patuelli
Vicepresidente Acri

Camillo Venesio
Presidente Assbank

*fonte: articolo "Il Sole 24 Ore",
del 18-10-2008*

Banche e Territorio

**Intervento del Vice
Direttore Generale
della Banca d'Italia,
Giovanni Carosio
Sondrio, 12 luglio 2008**

fonte: sito www.bancaditalia.it

La specificità delle banche locali: pregi e limiti

Sul ruolo delle banche nei sistemi locali di produzione molto è stato scritto. E' sufficiente in questa sede richiamarne gli aspetti salienti. Nell'attività bancaria tradizionale, non caratterizzata da uno specifico legame con il territorio, tre sono le funzioni principali: fornire capitali alle imprese più meritevoli e credito alle famiglie al fine di rimuovere eventuali vincoli di liquidità; fornire mezzi di pagamento; offrire strumenti finanziari adeguati per una efficiente diversificazione dei portafogli. La banca locale, legata a specifiche realtà geografiche o produttive, deve assolvere, oltre a queste, anche altre e più complesse funzioni. Rientra in questa categoria la finalità mutualistica. Essa non solo aumenta le opportunità dei soggetti meno avvantaggiati, ma favorisce, per usare il linguaggio degli economisti, un allineamento degli incentivi, poiché l'interesse dei soci - clienti e azionisti nello stesso tempo - ten-

Banche e Territorio

dono a convergere. La stessa collettività locale è incentivata a svolgere un'azione di controllo volta a promuovere la cooperazione e a sanzionare eventuali violazioni dello spirito di solidarietà. Affinché questa azione possa realizzarsi, sono peraltro necessarie trasparenza dei comportamenti e diffusione dell'informazione aziendale.

Vi è poi una seconda dimensione, propria delle banche legate al territorio. Essa attiene allo sviluppo e al sostegno di quella particolare configurazione di mercato nota come "distretto marshaliano". La concentrazione sul territorio di un numero elevato di imprese appartenenti allo stesso settore produttivo permette, in alcune circostanze, di realizzare rendimenti crescenti di scala anche in assenza di imprese di grandi dimensioni. La banca locale non solo offre le risorse finanziarie, ma favorisce, attraverso la rete di contatti nel territorio, lo sviluppo di quelle "esternalità positive" alla base dell'economia di distretto. Essa si pone, per così dire, al centro del distretto, modulandone la crescita attraverso lo strumento del credito. Le radici storiche, tipiche dei sistemi locali di produzione, introducono un elemento di inerzialità nel modello di specializzazione. Esso favorisce un rapporto con la banca basato su relazioni di lungo periodo. Ne consegue che il processo di scree-

ning e monitoring, al cuore dell'attività bancaria, viene realizzato facendo un uso rilevante di informazioni non strutturate, di tipo qualitativo e basate in larga misura sul contatto diretto con la clientela, oltre che di informazioni quantitative, standardizzate, necessarie per una misurazione oggettiva del merito di credito. In aree geografiche come queste valli, relativamente chiuse e con forte presenza di attività terziarie e agricole, cioè di settori che producono beni "non tradable" o che scaturiscono da fattori produttivi locali, non trasferibili, l'attività delle banche legate al territorio può influenzare anche le condizioni di contendibilità e quindi di concorrenza a livello locale, attraverso lo sviluppo del mercato della riallocazione della proprietà e del controllo delle imprese. Ne è accresciuta la loro responsabilità nel contribuire a determinare l'efficienza del sistema economico locale. Come è sottolineato nella Relazione al Bilancio del 1999 del Gruppo bancario Credito Valtellinese, riportata nel bel volume edito da Laterza, questa banca è stata in grado di coniugare "quella funzione di efficace sostegno alle piccole realtà associazionistiche locali" con l'azione di promozione di un gruppo polifunzionale, sapendo "rompere l'isolamento del territorio di tradizionale operatività", proiettandosi anche in ambiti geografici e produttivi

nuovi e lontani. Ciò ha permesso di costruire un gruppo bancario con oltre 400 sportelli. Si tratta di una crescita rilevante, non solo sotto il profilo dimensionale, ma anche per la capacità di conservare, attraverso un modello modulare, la natura localistica della banca.

E' difficile dire se questo modello sia replicabile altrove. In genere, con la crescita della dimensione il legame con il territorio si attenua; viene meno il controllo sociale sul comportamento dei debitori; si accresce la complessità dell'attività della banca e si riduce la sua conoscibilità da parte dei piccoli azionisti. Si pongono problemi di governance, sui quali mi soffermerò in seguito.

I mercati locali del credito: struttura e performance

In un quadro connotato da cambiamenti di ampia portata, i mercati locali del credito hanno dimostrato una significativa vitalità. E' divenuta, in primo luogo, più capillare la presenza del sistema bancario nel territorio: tra il 1995 e il 2007 il numero medio di banche insediate in ambito provinciale è aumentato nella quasi totalità delle regioni italiane. Il numero di sportelli per ogni 100 mila abitanti si è accresciuto, nel medesimo periodo, da 42 a 55. L'osservazione aneddotica mostra che le banche locali, in particolare, hanno saputo trarre vantaggio dal solido radicamento

nelle economie di riferimento, corrispondendo in modo adeguato alle esigenze delle imprese anche nel corso di fasi congiunturali non favorevoli. La maggiore prossimità sembra avere favorito un'offerta di credito celere e flessibile. L'evoluzione delle quote di mercato riferite alle diverse classi di banche testimonia la solidità di questo legame. Tra il 1995 e il 2007, in concomitanza con la stagione di complesse operazioni di integrazione che ha impegnato soprattutto le banche maggiori, la quota sul mercato degli impieghi riferibile alle banche medie e piccole è aumentata dal 36 al 46 per cento; quella delle banche minori dal 6 al 9 per cento. La crescita di queste banche non è avvenuta a scapito della qualità dell'attivo: tra il 2004 e il 2007, l'incidenza sugli impieghi delle partite anomale si è mantenuta su livelli più bassi rispetto a quelli del complesso del sistema bancario e ha fatto registrare una riduzione prossima al punto percentuale. Il sistema del credito popolare costituisce una rappresentazione caratteristica di banca del territorio. Esso ha saputo intraprendere un percorso di sviluppo che ha espresso intermediari rilevanti anche in ambito nazionale.

Presenti con oltre 8.800 sportelli in tutto il territorio nazionale, le banche popolari e i gruppi con popolari capogruppo deteneva-

no, a fine 2007, una quota pari al 16,8 per cento dell'attivo di sistema. Il mondo delle banche popolari è differenziato al suo interno. Alcune popolari sono quotate in borsa e sono di grande dimensione: i 4 maggiori gruppi gestiscono una percentuale superiore all'11 per cento delle attività complessive del sistema bancario italiano. A 6 gruppi di dimensioni medie è ascrivibile una quota di attivo prossima al 4 per cento. Vi è poi un numero elevato di aziende minori, a proiezione regionale o locale, la cui operatività si svolge in segmenti di mercato tradizionali rivolgendosi prevalentemente a famiglie e piccole e medie imprese. Gli indicatori economici e prudenziali delle banche popolari mostrano che esistono differenze rilevanti nelle diverse classi dimensionali. Emerge un quadro a luci e ombre, a ragione degli aspetti positivi, ma anche di limiti della banca locale. Circa l'andamento delle quote di mercato, si è osservato, soprattutto nel 2005 e nel 2006 un calo delle quote di mercato delle banche popolari di più grandi dimensioni (con fondi intermediati superiori a 26 miliardi di euro) e una tenuta delle medie (con fondi intermediati tra 9 meno di 26 miliardi di euro) e di quelle più piccole. Tuttavia, gli indicatori di performance mostrano in modo netto un vantaggio al crescere della classe dimensionale.

In particolare, nel 2007, le banche popolari maggiori hanno mostrato una redditività più elevata, con un ROE del 13 per cento, contro il 9,8 per cento di quelle medie e il 6,8 per cento delle minori. Simmetricamente, il rapporto tra sofferenze e impieghi risulta rispettivamente del 2,3 per cento, del 3,7 e del 4,4 per cento nelle tre classi dimensionali in ordine decrescente di dimensione. La produttività del lavoro (somma della raccolta e degli impieghi per dipendente) è più elevata per le banche grandi e medie (rispettivamente 8,3 e 9,4 per cento) e assai inferiore per quelle minori (6,6 per cento). Il coefficiente di solvibilità, infine, risulta essere del 10 per cento per le popolari maggiori e del 12,9 per quelle intermedie e del 17,7 per cento per quelle minori.



VIAGGIO NELLE FILIALI BPF: FROSINONE





Proseguiamo il viaggio nelle filiali della Banca Popolare del Frusinate incontrando il Direttore Giovanni Crescenzi, della filiale di Via Marittima a Frosinone.

Caro Direttore, quella di Via Marittima è a ragione considerata la filiale storica della BPF, primo tassello della successiva espansione della rete di vendita della Banca. Vorremmo ripercorrere insieme a Lei, le tappe significative dello sviluppo di questa filiale.

Il ricordo di quel giorno di 16 anni fa rimarrà per sempre indelebile nella mia memoria. Correva il 1° Giugno 1992, quando, nei locali siti in Piazza Caduti di Via Fani, 10 persone conosciutesi da qualche mese (6 di esse alla prima esperienza bancaria), ma motivate al punto giusto per l'importanza dell'evento, consapevoli delle aspettative di quelli che avevano pensato, creduto e realizzato quel

progetto, carichi di emozione, si accingevano a dare vita a quella che, con il passare degli anni, si è rivelata essere una meravigliosa avventura. Oggi possiamo essere orgogliosi dei risultati ottenuti, il nostro Istituto può contare sull'apporto di n.59 dipendenti tra la sede di P.le De Matthaeis ed altre sette Filiali distribuite nella nostra provincia. Su scala nazionale siamo considerati come una importante realtà ed ai primi posti nel quadro delle Banche di piccole dimensioni.

Chi è il direttore Giovanni Crescenzi?

Diplomato presso il Liceo Scientifico di Frosinone nel 1978, dopo una breve parentesi Universitaria, intraprendo subito il cammino nel mondo del lavoro adattandomi con lavori saltuari, che vanno dal commesso all'assicuratore, dal cameriere al barista, ma che mi assicurano l'indipendenza economica. Nel 1981 vengo assunto dalla Confesercenti dove, come si dice, faccio la gavetta, fino ad essere nominato Responsabile Provinciale per il Credito. Nel 1992 sono tra i primi assunti dalla Banca Popolare del Frusinate, la mia formazione inizia nella Segreteria Fidi poi, dopo aver maturato la giusta esperienza anche nel settore Sportello/Back-office, nell'Ottobre del 1994 vengo assegnato all'apertura della prima Filiale della Banca nel comune di Alatri, dove ho ricoperto il ruolo di Direttore dal gen-

naio del 1996 al maggio del 2000. Sono ritornato quindi nella filiale di Piazza Caduti di Via Fani (ora Via Marittima) con l'incarico di Direttore della stessa, ruolo che attualmente ricopro con il giusto orgoglio ed impegno costante, insieme ad altri sei validi collaboratori.

La tipologia di clientela che intrattiene rapporti con la vostra filiale è piuttosto variegata. C'è una prevalenza di una categoria rispetto ad un'altra e quali prodotti e servizi specifici potete offrire?

La clientela della Filiale è molto variegata sia per tipologia sia per ubicazione, non c'è prevalenza di alcuna categoria, essa spazia dall'imprenditore all'operaio, dal dipendente pubblico e privato al pensionato, dal professionista all'artigiano, dal commerciante al piccolo risparmiatore.

Oltre ad offrire tutti i prodotti e servizi propri del mondo bancario, con l'aggiunta della giusta dose di cortesia e professionalità, il nostro Istituto si distingue per l'offerta esclusiva riguardo le casette di sicurezza. Queste, utilizzabili 24 ore su 24 attraverso l'uso di una smart card con impressa la propria impronta digitale, sono da considerare una novità assoluta nel panorama bancario della città di Frosinone.

In che modo, secondo Lei, una banca locale può diffondere efficacemente la cultura del risparmio e contribuire alla crescita del tessuto

BPF: La Banca dei Campioni

socio-economico?

Secondo il mio modesto parere, soprattutto in questa fase di crisi economica, il compito della Banca locale è quello di promuovere in primo luogo politiche di forte impatto sul tema del risparmio, non solo dal punto di vista della convenienza dei suoi prodotti rispetto al mercato, ma in funzione del significato che esso assume rispetto all'economia del nostro territorio.

In secondo luogo c'è bisogno di sostenere le imprese, che, attraverso investimenti mirati sul territorio, intendano contribuire al rilancio dell'economia.

Insomma, la crescita del tessuto socio-economico del nostro territorio, passa necessariamente attraverso il ritorno alle sane abitudini che hanno caratterizzato da sempre la gente della Ciociaria; lavoro, risparmio ed ancora lavoro.

L'ultima domanda di rito prima di salutarla: suggerimenti a chi dovesse fare un investimento oggi?

Senza entrare nello specifico delle diverse tipologie di strumenti offerti dal mondo bancario, puntare in prodotti sicuri a rendimento garantito, assolutamente non farsi abbindolare dai guadagni facili, distribuire le disponibilità negli Istituti di credito di piccole dimensioni come la Banca Popolare del Frusinate.

Nuovo Spot televisivo "la Banca dei campioni"

La Commissione Sviluppo e Pubblicità ha programmato nel corso del 2009 diverse iniziative pubblicitarie finalizzate alla diffusione sul territorio dell'immagine della Banca Popolare del Frusinate.

Oltre al consueto calendario istituzionale, quest'anno dedicato a tutte le attività sportive nelle quali

la Banca è presente con il ruolo di sponsor, è stata predisposta una campagna stampa sui quotidiani maggiormente diffusi a livello locale e uno spot televisivo che andrà in onda su ExtraTV.

Lo spot, con la partecipazione dei campioni del Basket Veroli, del Volley Sora e del Frusinone Calcio, è stato girato nei locali della Direzione e simboleggia lo spirito vincente della Banca che intende presentarsi come una realtà aperta alle relazioni con l'esterno, intenzionata a divulgare la conoscenza di prodotti e servizi uscendo dai canali che consentono esclusivamente una relazione "one to one".



PALLAVOLO SORA

Abbiamo il piacere di ospitare sulla nostra rivista il Sig. Gino Giannetti, Amministratore di Globo Spa, Sponsor Ufficiale della Pallavolo Sora impegnata con successo nel campionato B1 Maschile.

Grazie per aver accettato di intervenire. Potrebbe descriverci brevemente di cosa si occupa la sua azienda?

Grazie a voi. La nostra azienda è specializzata nel settore ortofrutti-colo, inteso come produzione, commercializzazione e logistica. Disponiamo di prodotti e servizi per la ristorazione organizzata ed abbiamo installato impianti frigoriferi dotati di moderni sistemi tecnologici per assicurare la conservazione degli alimenti.

Grazie all'impiego di tecnologie d'avanguardia garantiamo tracciabilità, controllo e confezionamento del prodotto. Inoltre, Globo Spa è proprietaria del marchio Biosì, con il quale vengono identificati tutti i nostri prodotti derivanti da agricoltura biologica.

Quali ragioni hanno dettato la scelta di investire nel marketing sportivo piuttosto che in altri settori?

La sponsorizzazione sportiva è una forma sofisticata e indiretta di comunicazione finalizzata ad avvalersi della notorietà e dell'immagine associabile a certi eventi,

fenomeni, manifestazioni; abbiamo ritenuto opportuno abbinare il nome della nostra azienda alla Pallavolo Sora per stimolare un interesse attivo in definite fasce di consumatori. Inoltre, non trascurabile, la volontà di fare del mecenatismo sportivo locale, spinti inizialmente da motivazioni emotive e passionali riconducibili alla figura dell'imprenditore-tifoso.

La Banca Popolare del Frusinate è sponsor di diverse realtà sportive della provincia, compresa la Pallavolo Sora. Considera utile questa attività da parte di una Banca?

Nel corso degli ultimi anni il settore dello sport professionistico è stato caratterizzato da una profonda trasformazione che ha portato le società sportive a sviluppare, accanto alla tradizionale attività sportiva, le attività connesse allo sfruttamento della propria immagine e del proprio marchio.

La spinta verso il professionismo, accompagnata dalla trasformazione delle società sportive in vere e proprie imprese, ha indirizzato le società stesse verso il reperimento di nuove forme di finanziamento e ciò ha reso necessaria una significativa modificazione della struttura organizzativa dei clubs, divenuti "marketing oriented". Sono sicuro che tutte le realtà sportive della provincia hanno e possono trovare anche nella Banca Popolare del Frusinate, il partner ideale per condividere queste interessanti esperienze.



Secondo lei, dalla sua fondazione, la Banca ha conservato inalterata la sua mission: Banca del Territorio?

La Banca, in generale, sta lavorando bene nella fase di sostegno alle imprese, attuando una politica corretta e ben equilibrata tra i dati analitici e le istanze espresse. Forse qualcosa in più andrebbe fatto per promuovere la conoscenza delle imprese e tra le imprese del territorio aderenti alla Banca, anche attraverso l'incontro diretto tra gli operatori.

Con la sua azione, la Banca, ad esempio, potrebbe favorire il reciproco e proficuo scambio di conoscenze, attivandosi per il coordinamento di iniziative di studio nei settori economico, sociologico e di mercato nonché svolgere consulenze concernenti l'imprenditoria tout court e le trasformazioni del territorio.

ISABELLA VISOCCHI RACCONTA IL "SILVA SPA"



La rubrica intitolata “Spazio Soci” è un’area editoriale dedicata ai Soci che gestiscono un’attività imprenditoriale affinché gli stessi possano presentare la loro realtà ed esprimere le loro considerazioni su temi di carattere economico e finanziario. In questo numero del New Cent ospitiamo l’intervento della Sig.ra Isabella Visocchi, che ringraziamo subito della cordiale partecipazione.

Potrebbe descriverci, in poche righe, di cosa si occupa la sua impresa?

La mia attività e quella della mia famiglia si svolge nel settore alberghiero, essendo proprietari di 3 alberghi, 2 a Fiuggi ed 1 a Roma.

I miei fratelli ed io abbiamo la direzione delle aziende nelle loro diverse funzioni. Io dirigo l’Hotel Silva Splendid e curo la commercializzazione dell’Hotel San Marco, entrambi a Fiuggi.

Tra le recenti novità segnaliamo la creazione del “Silva Splendid SPA”.

Sì, il 12 settembre di quest’anno abbiamo inaugurato all’interno dell’Hotel Silva Splendid il nuovo centro SPA: un’oasi per vivere sensazioni ed emozioni uniche, in un’atmosfera di lussuosa tranquillità.

Si tratta di un centro benessere moderno ed attrezzato; sono presenti tutte le novità del settore,

un grande hamman, la grotta termale con musicoterapia e cromoterapia, il percorso kneipp, la sauna alle erbe e il bagno turco con thalasso.

Ovviamente il centro dispone di piscina esterna riscaldata con percorso idroterapico, solarium, piscina interna riscaldata con lettini aria/acqua, postazioni idro per il massaggio a tre quote e lame d’acqua per il massaggio cervicale, frigidarium con cascata di ghiaccio, docce emozionali bagno mediterraneo alle erbe, zone relax con lettini ad acqua riscaldati con automassaggio, tisane a disposizione nella zona relax; sauna finlandese panoramica; 9 cabine per i trattamenti; zona fitness con percorso cardio della Technogym. Sul sito web www.silvasplendid.it è possibile reperire tutte le informazioni sui servizi e le offerte in corso.

Cosa vi ha portato alla realizzazione di una SPA che ha sicuramente richiesto un notevole investimento in un periodo di indubbia difficoltà economica globale?

Aprire un centro benessere richiede competenza e preparazione. Queste due qualità devono coadiuvarsi con l’aiuto di consulenti esperti nel settore, i quali, aiutano l’albergatore a formulare un business plan che servirà per la realizzazione del centro benessere.

Il Silva Splendid SPA è il segno più evidente di come la nostra

azienda sappia stare al passo con i cambiamenti che si stanno verificando nel settore termale e turistico e della capacità di affrontare le sfide innovative dettate dal mercato.

Come avete coniugato l’offerta dei servizi “classici” con le novità derivanti dal centro benessere?

Questo settore negli ultimi anni è andato sempre più affermandosi. I centri benessere stanno diventando una componente quasi necessaria che l’ospite si aspetta di trovare nelle strutture ricettive, un requisito fondamentale nella scelta del posto di vacanza e costituisce un elemento sostanziale per presentare agli ospiti strutture alberghiere di qualità.

Si può parlare di vero e proprio boom, anche se la “cultura del benessere” è un valore che ci caratterizza fin dai tempi dei nostri antenati romani.

Non tutto è scontato, però; affinché l’iniziativa si trasformi in successo, è necessario che l’albergatore sia disposto al cambiamento ed all’innovazione e che conosca bene le dinamiche del settore.

Quali vantaggi vi aspettate dall’apertura della SPA?

Dal punto di vista economico puntiamo sia allo sfruttamento ottimale e prolungato delle strutture sia alla “destagionalizzazione” che il servizio SPA garantisce.

Spazio Soci

Inoltre, un altro passo importante è la possibilità di investire sulla clientela interna ed esterna creando, come abbiamo fatto, delle attività e dei pacchetti che siano in grado di stimolare l'interesse degli eventuali ospiti.

La strategia vincente per raggiungere il successo rimane comunque quella di rendere unico il proprio centro, dotandolo di un'identità propria e di caratteristiche che lo portino a distinguersi nell'ormai vasto panorama del "benessere".

Perché il turista dovrebbe scegliere Fiuggi?

Fiuggi rappresenta il prototipo della città turistica; aria salubre, contesto storico-artistico, cultura enogastronomica, terme, elevata ospitalità.

Noi per esempio, all'Hotel Splendid, oltre ad occuparci dei "grandi", garantiamo il divertimento anche per i più piccoli: corsi di golf, equitazione, calcio, tennis, escursioni in mountain bike, trekking cicloturistici, itinerari enogastronomici, corsi di cucina, pittura, ceramica, in una parola sola, benessere.

Grazie per la preziosa collaborazione ed auguri di buon lavoro.



Chiesa Santa Francesca Romana a Veroli

FINANZIATO IL RESTAURO DELL’AFFRESCO

E' stato deliberato nel corso dell'ultima seduta del Consiglio di Amministrazione della Banca Popolare del Frusinate, il finanziamento per il restauro dell'affresco situato all'interno della Chiesa di Santa Francesca Romana, in territorio di Veroli, alle falde di Monte Pedicino, a metà della strada tra la celebre Abbazia di Casamari e la non meno famosa Certosa di Trisulti. Affidato alle esperte mani del



restauratore Francesco Antonucci, il dipinto del pittore Alessandro di Frezza di Parma, raffigura la visione più celebre avuta da S. Francesca: la Madonna assisa su nuvole tra nembi di angeli.

Ai suoi piedi è inginocchiata la Santa che sorregge tra le pieghe del velo il Bambino; a sinistra, l'angelo in dalmatica con le mani incrociate sul petto.

La scena è delimitata da una cornice lignea sorretta da due cariatidi in finto marmo, al di là di una pesante tenda alzata da un angelo.

Indubbiamente l'originalità e l'eleganza dell'apparato decorativo contribuiscono ad elevare la qualità del dipinto, per il quale l'artista parmense trasse ispirazione dalla biografia della santa scritta dal gesuita Giulio Orsino e pubblicata in occasione della canonizzazione.

Una conferma, per altre, è data dalla presenza di altri due santi raffigurati nell'intradosso: a sinistra, l'immagine di papa Gregorio Magno e, a destra, quella di S. Francesco d' Assisi.

I lavori di restauro inizieranno entro il mese di gennaio 2009, essendo il parroco della chiesa in attesa del nulla osta da parte della Soprintendenza del Lazio.

Raccogliamo le considerazioni del Sig. Angelo Rossi, imprenditore della zona e parroco di Santa Francesca Romana. "Ritengo importante e significativo l'intervento della Banca

Popolare del Frusinate finalizzato al recupero di un bene artistico di alto valore e così simbolico per la comunità religiosa che si raccoglie attorno alla parrocchia.

Da diverso tempo il parroco aveva manifestato l'intenzione di reperire i fondi per procedere ai lavori di restauro e sono molto soddisfatto, in qualità di Socio, che abbia trovato un degno interlocutore nella nostra Banca.

La concretezza e la determinazione avute dalla Banca anche in quest'occasione, danno la misura di quanto quest'ultima abbia a cuore la tutela del patrimonio artistico del territorio e la sua valorizzazione.

Credo che tutti i Soci debbano sentirsi orgogliosi di far parte di una Banca dall'elevato senso della realtà che non trascura mai le istanze provenienti dalla comunità locale".

Buone Feste

*I più sinceri auguri
per un lieto
Natale
ed un sereno
Anno Nuovo*



BANCA POPOLARE
del **FRUSINATE**