

RAPPORTO SOCIALE 2015 *in sintesi*

**La responsabilità
del Gruppo Creval:
numeri, attività, cultura d'impresa**

Il Rapporto Sociale 2015, per la prima volta solo in rete,
trova in questa sintesi una rappresentazione innovativa
- in coerenza con la nostra natura di Gruppo
a matrice popolare - che vuole renderlo
più vicino ai portatori di interesse.

Miro Fiordi, Amministratore Delegato Credito Valtellinese

Nel Gruppo Credito Valtellinese
 la **responsabilità sociale**
 è parte integrante del sistema
 di **governance** e della **strategia**;
 contribuisce a disegnarne
 la stessa **identità** e
 rappresenta una forma
 di **attenzione**
 agli interessi e ai diritti
 degli **stakeholder**.



* Società soggette all'attività di direzione e coordinamento della Capogruppo ai sensi degli artt. 2497 e seguenti del Codice Civile non rientranti nel Gruppo bancario in quanto società assicurative.

MISSION, VISION E VALORI

MISSION

Creare valore sostenibile nel medio-lungo periodo esaltando il ruolo preminente dei Soci nel rispetto della soddisfazione dei clienti, dello sviluppo socio-economico dei territori di insediamento, della qualità delle relazioni e della crescita professionale dei collaboratori.

VISION

Statuto del Credito Valtellinese: "La Società ha per scopo la raccolta del risparmio e l'esercizio del credito, tanto nei confronti dei propri Soci che dei non Soci, e si ispira ai principi della mutualità; essa si propone altresì di sostenere e promuovere lo sviluppo di tutte le attività produttive con particolare riguardo a quelle minori e alle imprese cooperative e di favorire, in conformità alle intenzioni dei suoi fondatori e alla sua tradizionale ispirazione cristiana, le istituzioni tendenti a migliorare le condizioni morali, intellettuali ed economiche delle classi meno abbienti, anche con attività benefiche".

(Art. 2, comma 1)

VALORI

**INTEGRITÀ E
RESPONSABILITÀ**

verso la Collettività
nel suo insieme

**SPIRITO
COOPERATIVO**

individuale e condiviso,
in linea con la natura
di Gruppo a matrice
popolare

COMPETENZA

non solo tecnica ma
anche in termini di
efficienza ed efficacia

**SENSO DI
APPARTENENZA**

inteso in primo luogo
come coesione

COERENZA

di azione

**ORIENTAMENTO
AL CAMBIAMENTO**

per comprendere
velocemente il mutare del
contesto e fornire risposte
flessibili e personalizzate

**CULTURA DEL
SERVIZIO, DELLA
FIDUCIA E DEL MERITO**

nell'operatività
quotidiana

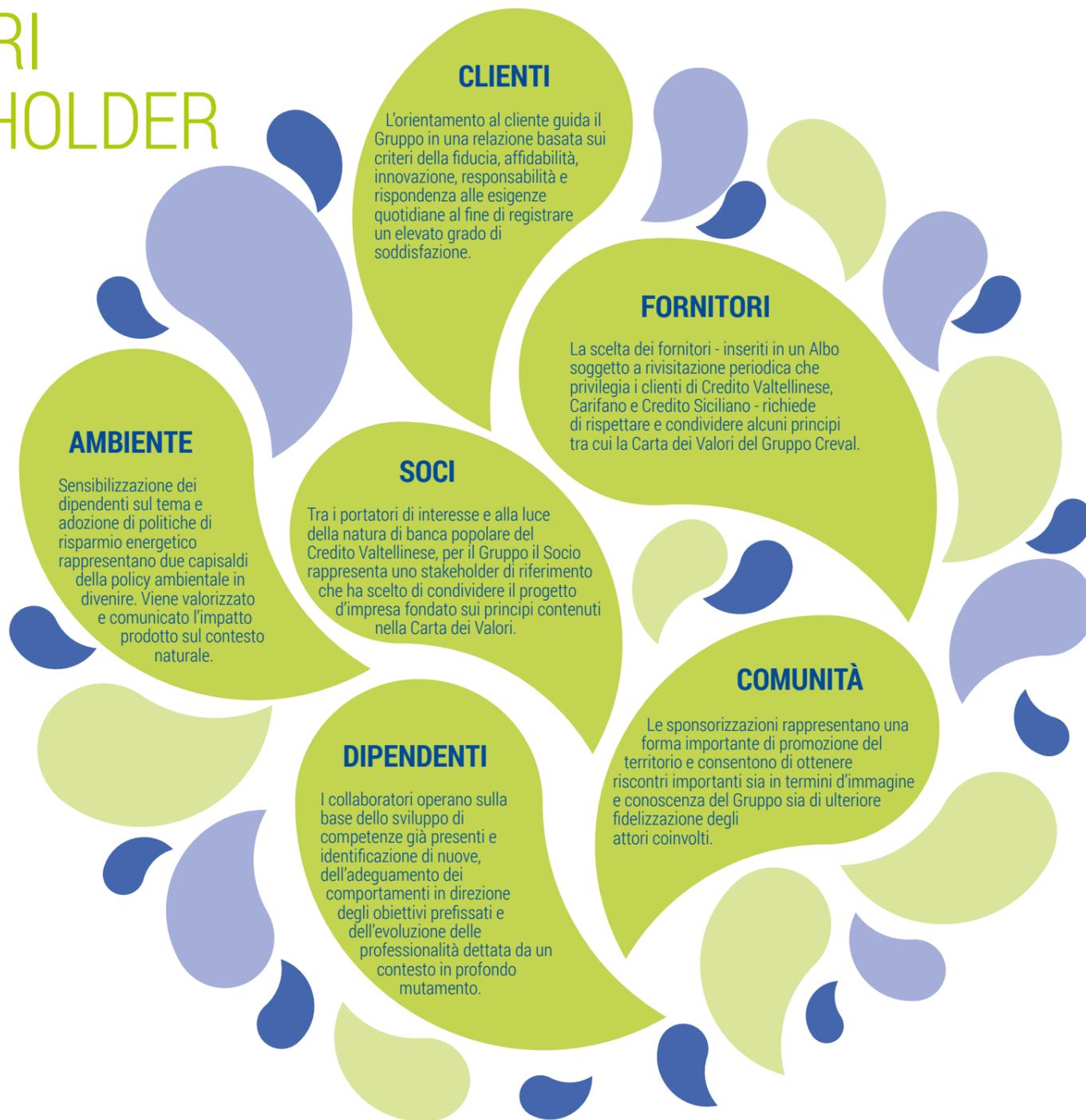
**INNOVAZIONE PER
LA SOSTENIBILITÀ**

al servizio del Gruppo
e della Comunità

Il Rapporto Sociale in rete:

www.gruppoceval.com/cartellaPDF/parsedPDF/rapportoSociale2015_completo.pdf

I NOSTRI STAKEHOLDER



SOCI

Interessante l'articolazione dei 131.642 Soci: sono distribuiti in tutta Italia, anche se con una prevalenza al Nord; il 34% circa detiene le azioni del Gruppo da oltre 10 anni, dimostrando un elevato livello di fidelizzazione; fa parte dei Soci l'88,6% dei dipendenti e oltre il 90% è anche cliente Creval.

Tra i vantaggi loro riservati - oltre a servizi tipicamente bancari - c'è il programma SociInCreval, che offre sconti e proposte messi loro a disposizione da un'ampia serie di imprese collaboratrici del Gruppo.

FORNITORI

Si sono registrati rapporti di collaborazione per un ammontare totale di 197,6 milioni € (+5,3%).

In linea con la qualifica di operatore bancario a natura locale, il Gruppo si propone quale co-attore dell'economia dei territori serviti prediligendo nella scelta dei partner società attive nelle proprie zone di insediamento, a conferma della specifica attenzione per la creazione-restituzione di valore al servizio delle comunità di operatività.

CLIENTI

Sono 978.697; secondo l'Osservatorio ABI il 94% mantiene il legame vis-à-vis con la filiale. La gamma di offerta dei prodotti che si amplia costantemente e la cultura del servizio, della fiducia e del merito (uno dei Valori della Carta) consentono un livello di pieno gradimento da parte dei clienti pari al 76%; dimensione relazionale e nuova offerta digitale (Bancaperta) concorrono a determinare un "tasso di permanenza" pari al 95%.

DIPENDENTI

L'articolazione per residenza dei 4.312 dipendenti riflette la presenza territoriale delle 526 filiali e delle sedi centrali delle banche e società del Gruppo.

Circa il 10% del personale dispone di un contratto part time.

La formazione è stata erogata per 148.338 ore complessive ad una percentuale di collaboratori pari al 91,3% del totale; ha partecipato a corsi il 98,6% dei dipendenti impegnati a diretto contatto con il pubblico.

COMUNITÀ

Il Gruppo ha mantenuto un supporto forte ai territori sotto forma di sponsorizzazioni a Enti e associazioni locali - destinate a 650 eventi e attività in ambito sportivo, culturale e sociale per complessivi 983.046 €.

La promozione del territorio non si limita al contributo in termini economici, ma si traduce nel supporto alle singole associazioni per la divulgazione del brand e delle attività attraverso il sito www.creval.it e le pagine Facebook "Gruppo bancario Credito Valtellinese" e "Creval per lo Sport".

AMBIENTE

Una vision consapevole e in grado di tradurre a livello quotidiano la matrice cooperativa e la vicinanza al territorio iscritte nella corporate identity del Gruppo si riflette in traguardi ambiziosi tra cui rilevano in particolare l'implementazione di una piattaforma di gestione dei consumi energetici, la definizione di una policy sulla mobilità e la prosecuzione degli interventi di efficientamento energetico del parco immobiliare.