



Banca della Marca
CREDITO COOPERATIVO

Bilancio Sociale

2013



**Bilancio Sociale
2013**

IDENTITÀ TERRITORIALE, CULTURA SOCIALE

INDICE

- 3 Identità territoriale, cultura sociale
- 4 Gli interventi di Banca della Marca sul territorio
- 7 Iniziative in partnership con Organizzazioni ed Istituzioni
- 14 Iniziative per i Soci
- 18 Marca Solidale
- 20 L'interesse per il mondo dell'agricoltura
La ricerca sulla potatura della vite
- 23 Servizi della Banca per il territorio

SEDE E DIREZIONE GENERALE

Orsago Treviso
via Giuseppe Garibaldi, 46
casella postale n. 47
tel. 0438.9931 · fax 0438.990599

www.bancadellamarca.it

progetto grafico e impaginazione

Janna Pn

fotografie

Archivio Banca della Marca

stampa

Sincromia Pn



«*Identità territoriale, cultura sociale*» è il motto che accompagna il logo di Banca della Marca nella comunicazione istituzionale, rappresentandone la vocazione locale che si realizza attraverso attività economiche e sociali per lo sviluppo del territorio.

Si definisce e si precisa, in tal modo, la vera missione della banca di credito cooperativo dettata dall'articolo 2 dello Statuto, ossia la creazione di valore per il territorio, vero azionista della BCC attraverso i Soci, Famiglie, Associazioni ed Imprese.

Negli ultimi anni Banca della Marca non si è accontentata ad essere presente attraverso meri contributi ad Associazioni ed Enti, ma ha voluto innovare la propria funzione di Banca Sociale al fine di essere partner degli «stakeholder» del territorio e creare valore facendo sinergia con le realtà locali.

Siamo convinti che per creare sviluppo e benessere sia fondamentale **fare rete** tra Istituzioni, Associazioni e Privati attraverso la **compartecipazione** e la **cooperazione** affinché tutti contribuiscano a **sviluppare il capitale sociale**, ciò significa creare **relazioni di valore** dove tutti ne beneficiano.

In questo senso è nata Opera della Marca, cooperativa di tipo B, fondata da Banca della Marca assieme alla Fondazione Oltre il Labirinto Onlus. Essa ha lo scopo di tutelare ragazzi affetti da autismo e dare loro dignità attraverso l'occupazione lavorativa.

Altro esempio è la Fondazione di Comunità della Sinistra Piave, in cui Banca della Marca continua ad essere presente per sviluppare servizi in ambito sociale a favore di persone in stato di bisogno lì dove il «Pubblico» fatica ad arrivare.

Associazioni, Enti, Parrocchie e Comunità Laiche continuano e continueranno a beneficiare dei contributi di Banca della Marca affinché tutto il territorio possa crescere anche attraverso la condivisione dei valori della cooperazione.

Marca Solidale, la cassa mutua fondata da Banca della Marca, è ormai una realtà consolidata con oltre 6.000 Soci: essa è un esempio a livello nazionale, si fonda sul principio mutualistico ed opera per il benessere dalla persona. Il sostegno economico ed operativo della Banca rappresenta un valore aggiunto importante per continuare a dare servizi di qualità ai propri Soci in ambito sanitario, culturale, sportivo e ricreativo.

Con soddisfazione il Consiglio di Amministrazione di Banca della Marca presenta il Bilancio Sociale 2013 che, grazie ai risultati positivi del bilancio economico dell'attività caratteristica, testimonia il costante impegno sociale del nostro Istituto.

Un impegno che continua e si rinnova nelle nuove opportunità che il mercato ci metterà a disposizione nel rispetto dei principi ispiratori del credito cooperativo: cooperazione, mutualità e territorialità.

Gianpiero Michielin
PRESIDENTE



GLI INTERVENTI DI BANCA DELLA MARCA SUL TERRITORIO

In un anno particolarmente segnato dalle difficoltà, e privo di spiragli positivi per l'immediato futuro, il ruolo di una Banca locale, qual è Banca della Marca, diviene determinante per il sostegno ai Soci, alle famiglie, ai Clienti, al Volontariato e, in definitiva, assume la funzione di un piccolo motore per l'intero territorio ove opera.

La mission di un Credito Cooperativo, insita nel suo DNA, è quella di attuare progetti concreti, mirati, tangibili, di lungo periodo per arrivare a dare valore al terri-

nergia con Enti e organismi Istituzionali, Banca della Marca è rimasta vicina al volontariato, fiore all'occhiello del nostro territorio. Una disponibilità che si esprime a titolo gratuito in tutti i settori possibili, dando immagine e concretezza ad una realtà che può generare orgoglio in coloro che qui vivono ed operano.

Come spesso viene detto, e sono i limiti imposti dalla realtà anche del momento, non sempre si può dare tanto quanto la singola iniziativa, per valenza ed impor-



torio attraverso la sinergia con associazioni ed enti locali.

Con questo spirito, Banca della Marca ha dato seguito a vari progetti avviati negli anni passati e ne ha messo in moto altri, convinta di poter contribuire a risolvere tanti piccoli problemi che altrimenti rimarrebbero privi di risposte.

Lo ha potuto fare grazie alla continuità data alla politica di contenimento dei costi che ha permesso di registrare risultati economici di rilievo e, conseguentemente, di poterne destinare al fondo beneficenza una parte cospicua. Con queste somme, oltre a portare avanti progetti propri in si-

tanza, può meritare attenzione e sostegno. Questo non ha mai significato lo sminuirne il valore e la vicinanza, le richieste sono sempre, e fortunatamente, numerose ed è corretto essere vicini a tutti.

Nel prospetto che segue viene riassunto l'ammontare erogato per settore ed il numero delle iniziative sostenute. Quest'anno sono state ben 966 e stanno a documentare la vivacità del volontariato del territorio in cui operiamo.

A questa somma va aggiunta quella utilizzata per le iniziative a favore dei Soci che ammonta a 266.146,69 euro, per un totale complessivo quindi di 1.188.223,28 euro.



SETTORE	SOMMA EROGATA	INIZIATIVE
Assistenza e volontariato	124.450,16 euro	83
Cultura e formazione	55.280,00 euro	82
Enti religiosi	166.540,00 euro	78
Interventi umanitari e per il terzo mondo	4.750,00 euro	10
Sanità	1.950,00 euro	5
Scuola ed istruzione	22.980,00 euro	46
Sport	272.040,00 euro	281
Settori diversi	14.200,00 euro	36
Enti ed istituzioni pubbliche	58.660,00 euro	35
Attività ricreative ed iniziative varie	201.226,43 euro	310
TOTALE	922.076,59 euro	966

Interventi per il territorio	922.076,59 euro
Iniziative per i Soci	266.146,69 euro
TOTALE COMPLESSIVO	1.188.223,28 euro

Banca della Marca sta continuando a dimostrare attaccamento al proprio territorio ed alla sua gente condividendone concretamente i valori che esprime. Valori importanti quali l'accoglienza, la solidarietà, la cooperazione, la cultura e molti altri. Far parte di una Comunità non significa solo essere nati in uno specifico territorio, fatto che diviene spesso marginale, ma vuol dire vivere comunitariamente le gioie ed i dolori, la storia e la vita quotidiana in tutte le sue sfaccettature e, perché no, anche il modo di esprimersi con il suo dialetto, i suoi detti, i suoi proverbi, i termini che, se ben analizzati, indicano il percorso di chi

in passato ci ha lasciato una traccia. Con questo spirito il Consiglio di Amministrazioni ha deliberato di sostenere due iniziative del territorio che citiamo ad esempio non potendo ricordare e rendicontare tutti i progetti o i programmi che ha condiviso.

La prima iniziativa che ricordiamo è quella editoriale portata avanti dall'Associazione Culturale «i Sassi del Piave» di Spresiano e curata da Barbara Frate dal titolo «Una Villa centostorie» che riporta, importanti testimonianze di persone che hanno avuto esperienze intorno alla Villa Giustiniani Recanati di Spresiano.

Come ha scritto la curatrice, si è voluto «recuperare la memoria di un luogo da un passato lontano. La memoria non solo come ricerca d'archivio ma come vissuto fondante per l'identità di un paese». In altre parole è un libro che permette ai lettori di capire da dove arriviamo e dove vogliamo andare, quali esperienze di vita, felici (poche) o meno (molte), hanno sulle spalle le generazioni che ci hanno preceduto, quali sono stati in un passato, lontano come stile di vita ma vicino come durata temporale, i punti di forza, gli aiuti interiori delle nostre comunità locali.

Spesso si sente parlare di identità, di radici, di senso di appartenenza e si danno a questi termini valori lontani dal senso vero, da quello concreto che racchiudono in se. Nel libro Marcello Gerotto, uno dei tanti testimoni, scrive: «Il nostro era un lavoro duro, pesante, senza orari, a cui tutti dovevamo partecipare, ci garantiva solo la normale sussistenza». Carlo Pagotto, altro testimone, afferma: «C'era un grande senso di solidarietà che si concretizzava attraverso gesti molto semplici...». Carmen Ceccon, in un'altra testimonianza riferisce: «La povertà era tanta, ma pure l'amore per la tua famiglia e per il tuo lavoro, perché ce l'avevi 'nel sangue' come si usa dire». Sono affermazioni che da sole sono sufficienti a documentare sia cosa ci hanno tramandato le generazioni passate in tema di valori ed appartenenza, sia i passi da gigante che la nostra Comunità è riuscita a fare in pochi decenni fino ad arrivare al benessere diffuso di oggi, anche se purtroppo adombrato da una crisi senza fine.

Il secondo esempio che merita di essere documentato è l'intervento di restauro delle facciate esterne della Chiesa parrocchiale di Santa Giustina Martire a San Fior di Sotto. La frazione è ricordata in documenti storici fin dal 1324 quando era una



cappella della chiesa madre di San Giovanni Battista di San Fior di Sopra. Fu eretta parrocchia nel 1513 e la chiesa venne dedicata alla Martire e consacrata nel 1531.

L'edificio sacro originario fu ristrutturato una prima volta nel 1683; nel 1921, su progetto dell'Architetto Domenico Rupolo di Caneva, fu ampliato e successivamente venne sopraelevata la chiesa antica ed inglobato il campanile generando così un unico corpo di fabbrica.

Le facciate della chiesa presentavano uno stato avanzato di degrado imputabile all'alterazione ed ai distacchi del rivestimento plastico ed al deterioramento degli elementi architettonici in pietra chiara ed in cotto. L'intervento di recupero era indifferibile, la Parrocchia ha affidato l'incarico al progettista Arch. Susanna Maset che ha anche predisposto un preventivo di spesa complessivo ammontante ad oltre 100.000 euro, somma davvero importante, e così il Parroco si è rivolto anche alla nostra Banca per un aiuto.

Il Consiglio di Amministrazione, conscio dell'importanza del mantenimento degli edifici sacri del territorio, realizzati in tempi in cui i fedeli si privavano anche del necessario pur di avere un loro luogo di preghiera, ha deliberato di contribuire per riportare l'edificio all'antico splendore.

INIZIATIVE IN PARTNERSHIP CON ORGANIZZAZIONI ED ISTITUZIONI

Oltre allo storico sostegno a favore delle iniziative del volontariato locale, Banca della Marca ha promosso e sostenuto programmi di lungo periodo a fianco ed in sinergia con organizzazioni ed Enti Istituzionali del territorio.

Riportiamo di seguito alcuni degli interventi che hanno caratterizzato l'attività dell'Istituto nel corso del 2013, non sono in ordine di importanza e non vengono citati tutti, vengono ricordati i progetti che, a nostro parere, hanno superato nel modo migliore l'impatto con la Comunità.

EDUCA.CON

È stato un programma di formazione progettato e voluto a sostegno delle famiglie, che si era prefisso l'arduo compito di aiutare le giovani coppie a prepararsi al ruolo di genitori, oggi sempre più difficile.

Banca della Marca in questo progetto, presentato a Conegliano il 1° febbraio 2013, ha avuto al suo fianco la Fondazione di Comunità della Sinistra Piave e la collaborazione della Conferenza dei Sindaci dell'ULSS7, la CTI di Conegliano, Pieve di Soligo e Vittorio Veneto, la Pastorale Famiglia della Diocesi di Vittorio Veneto e la Cooperativa Thagma. Il percorso formativo è stato seguito dal prof. Roberto Gilardi, già docente all'Università di Trieste, fondatore di Kaloi ed esperto di processi di formazione.

Alla serata di presentazione è stato ospite Max Pisu, personaggio molto apprezzato e conosciuto perché presente alla trasmissione televisiva Zelig, scelta fatta per manifestare a tutti che si può trasmettere sapere educativo anche divertendosi.

Il percorso formativo, destinato a genitori con figli nella fascia di età da 0 a 17 anni, prevedeva tre incontri serali della durata di un'ora e mezza cadauno ed erano previsti dieci moduli che, per soddisfare le richieste, sono alla fine saliti a 11 complessivi, ed hanno coperto la zona del Vittoriese, la Vallata ed il Quartier del Piave ed il Coneglianese.

All'iniziativa hanno risposto ben 132 coppie di genitori e le presenze ai vari moduli possono essere così riassunte.

INCONTRI	N. ISCRITTI
Cappella Maggiore	49
Codognè	52
Cordignano	52
Conegliano	51
Farra di Soligo	46
Follina	31
Pieve di Soligo	50
Santa Lucia di Piave	50
San Vendemiano	50
Vittorio Veneto	50
Modulo aggiunto (11°)	40
TOTALE	521





EDUCASPORT e D.R.E.A.M. COACH

Da diversi anni i comuni dell'Area Coneglianese hanno individuato nelle Società Sportive del territorio degli interlocutori privilegiati rispetto ai temi dell'educazione e della corresponsabilità educativa. Infatti, accanto alle agenzie educative primarie (famiglia e scuola), le società sportive rappresentano sempre più frequentemente contesti privilegiati entro i quali i preadolescenti e gli adolescenti si sperimentano nella costruzione della propria identità personale e relazionale.

A partire dalla fine degli anni '90 si sono diffuse nel territorio, a macchia di leopardo, le prime esperienze di formazione per società sportive. Questi primi percorsi si sono successivamente indirizzati verso un'unica e coerente progettualità, formalizzata con la stipula del protocollo «Educasport», avvenuta nel novembre 2010, da parte dei dodici comuni dell'Area coneglianese, Coni Provinciale, Ulss7 e Banca della Marca. Nella prima fase del progetto Regionale, tutti i comuni dell'Area hanno offerto alle proprie società sportive una serie di incontri di approfondimento e di riflessione sul connubio tra sport ed educazione e sul rapporto, non sempre facile, tra società sportive e famiglie. Il percorso ha visto la

partecipazione di 67 società sportive provenienti da tutta l'area, con il coinvolgimento fino a 380 persone tra allenatori e dirigenti e 1095 genitori, per un totale di 72 incontri formativi. Le società sportive partecipanti hanno così potuto ottenere il certificato di qualità da parte del Coni che attesta l'impegno delle società sui temi educativi, andandole a premiare con certificazioni di vario livello (certificazione di I° livello-oro, di II° livello-argento e di III° livello-bronzo) sulla base delle percentuali di partecipazione alle serate nonché dell'impegno profuso dalle società per proporsi come agenzia educativa di qualità (partecipazione ai tavoli di coordinamento, formazioni specifiche pregresse, ecc.).

Dopo questo primo step formativo ad ampio raggio, nel biennio 2012/2013 i comuni, in collaborazione con Coni Provinciale, Ulss7 e Banca della Marca, si sono impegnati a dare continuità al progetto attraverso 3 azioni:

- 1 l'avvio di **percorsi formativi di base** per le società che non avevano partecipato nel biennio 2010/2011;
- 2 l'avvio di **percorsi formativi di aggiornamento** per le società che avevano ricevuto la certificazione nel biennio precedente;
- 3 l'avvio del percorso di Area per «**DREAM Coach**».





I percorsi formativi di base per le società che per la prima volta si avvicinavano al progetto sono stati avviati con sede sui tre comuni di Conegliano, Mareno ed Orsago, con l'obiettivo di raggiungere tutte le società dell'Area che si affacciavano per la prima volta ad una progettualità di questo tipo. Il percorso si è articolato in ciascun comune su 4 serate: due rivolte a dirigenti ed allenatori sui temi della motivazione allo sport e della comunicazione efficace tra società sportive e famiglie; una rivolta ai genitori sulle regole e la corresponsabilità educativa ed una in plenaria, di confronto e condivisione tra le parti, sempre sui temi della corresponsabilità educativa società sportiva-famiglie. Questi nuovi percorsi, tenuti dalla dott.ssa Bounous del Coni e dal dott. Roberto Gilardi, hanno coinvolto 20 nuove società dell'Area.

I percorsi formativi di aggiornamento sono stati attivati nei singoli comuni, sulla base di un lavoro di co-progettazione con le stesse società, che sono state invitate ai tavoli di coordinamento o ad incontri *ad hoc*, per scegliere i temi da trattare, la modalità e i destinatari degli incontri. In questo modo, ogni comune ha cercato di rispondere in maniera più specifica ai bisogni delle proprie società e del proprio territorio. La maggior parte dei comuni (6) ha scelto di fare 2 incontri (uno per tecnici e uno per genitori), un comune ne ha fatti 4, mentre altri tre comuni hanno scelto di approfondire in maniera specifica il progetto scegliendo il tema dell'alimentazione e aprendolo direttamente agli atleti.

I temi scelti per i tecnici e i dirigenti sono stati prevalentemente: la comunicazione efficace all'interno della società e con i genitori; la resilienza: ovvero la capacità di fronteggiare le difficoltà; la prevenzione dell'abbandono sportivo, le emozioni e il concetto di agonismo nello sport, il ri-

spetto delle regole e la capacità di autocontrollo. I genitori sono stati invitati ad affrontare i temi dell'alimentazione, del ruolo del genitore tra tribuna e panchina, della comunicazione e del rispetto delle regole e corresponsabilità educativa.

Ai percorsi di aggiornamento hanno partecipato fino a 313 persone tra allenatori e dirigenti e 284 genitori.

I tre comuni che hanno scelto il tema dell'alimentazione lo hanno proposto ai tecnici, ai genitori ed ai ragazzi. Due comuni hanno coinvolto direttamente la scuola secondaria di primo grado con la realizzazione di incontri plenari rivolti a tutti gli alunni con l'intervento della dietista dell'Ulss7 mentre un comune ha preferito che una dietista incontrasse i gruppi di atleti delle società sportive in gruppi più ristretti di 25 persone.

Tutte le società che hanno partecipato ai percorsi nel biennio sono state invitate ad una serata pubblica che ha avuto il duplice obiettivo di consegnare gli attestati di partecipazione e le certificazioni alle società coinvolte nonché presentare il nuovo percorso di Area DREAM Coach.

La felice esperienza dei percorsi Educa-sport, che ha saputo dare continuità, voce e spessore alle proposte formative per le società sportive, ha spinto i Comuni dell'Area Coneglianese, in collaborazione con l'Ulss 7 e Banca della Marca a presentare una progettualità di area che integrasse ed implementasse la tradizionale offerta legata al progetto, con l'introduzione della figura del D.R.E.A.M Coach.

Il DREAM Coach, letteralmente allenatore dei sogni, è il Delegato Responsabile/Referente Educativo Area Minori (DREAM) che ogni società sportiva del territorio potrebbe riconoscere come persona o gruppo di persone (DREAM TEAM) capace di essere punto di riferimento per la lettura

dei bisogni evolutivi dei giovani atleti, per la gestione e la cura delle relazioni con le famiglie, nonché per l'attivazione della rete di aiuto laddove emergessero particolari tematiche educative. Nei mesi di novembre e dicembre si è dato avvio al progetto attraverso 4 incontri che volevano rappresentare il punto di partenza per la preparazione, l'istituzione e il riconoscimento di questa figura, con la finalità ultima di sostenere le società sportive nel presidio delle proprie funzioni educative.

Gli obiettivi del progetto sono quindi quelli

da 43 società dell'Area Coneglianese. Nella serata finale, in cui si è affrontato il tema del lavoro di rete e in cui si sono raccolte le prime percezioni sul percorso provenienti dalle società, è stato somministrato un questionario volto a rilevare il gradimento delle singole serate, i punti di forza e di debolezza del percorso, nonché gli eventuali interessi per approfondire in futuro conoscenze e competenze. La maggioranza assoluta dei partecipanti ha espresso parere più che positivo per tutte le serate, con una preferenza per la serata



di offrire strumenti e conoscenze ai partecipanti per affinare le proprie abilità socio-relazionali e per favorire all'interno delle rispettive società: forme di dialogo e condivisione tra tutti i soggetti che le compongono, adeguate conoscenze e consapevolezza rispetto ai compiti evolutivi dei giovani atleti e dei fenomeni significativi che oggi ne influenzano i comportamenti, sufficienti capacità di ascolto e di lettura dei bisogni/problemi che i giovani atleti possono manifestare, nonché la condivisione di buone prassi da seguire per il confronto con le risorse del territorio.

La partecipazione agli incontri, stimata sulle 35-40 persone, è stata invece ben superiore alle attese, con un numero costante totale di 106 persone, provenienti

in piccoli gruppi sull'ascolto attivo, seguita dai momenti di confronto tra società e dall'incontro volto a favorire la collaborazione con i servizi del territorio. È stata sottolineata come importante la questione dell'«educazione permanente» del progetto «Educasport» come luogo di aggiornamento, confronto e crescita. O provenienti da comuni diversi che hanno potuto condividere le proprie specifiche esperienze.

OPERA DELLA MARCA

Banca della Marca, la Cooperativa «Il Girasole» e la Fondazione «Oltre il Labirinto, onlus – per l'autismo» si sono unite ed



hanno fatto nascere un nuovo ed innovativo soggetto che pone al centro dell'attenzione il disabile e la sua integrazione mediante il lavoro: la Cooperativa sociale «Opera della Marca».

La missione di questa cooperativa sociale di tipo B, ufficialmente nata il 16 aprile 2013, è la tutela del disabile, della sua dignità e del suo diritto di integrarsi nella comunità, a contatto con la propria rete familiare e sociale, attraverso l'occupazione lavorativa. Sulla base delle proprie possibilità, i ragazzi e gli adulti autistici lavoreranno anche in presenza di gravità del quadro clinico o comportamentale.

«Opera della Marca» intende, inoltre, fare impresa sociale: creare cioè valore economico sostenibile facendo interagire le attività lavorative dei ragazzi con le realtà produttive del territorio. La nuova realtà si è già messa in moto, per ora all'interno del villaggio Cohousing 4Autism a Godega di Sant'Urbano (Tv). Qui un gruppo di ragazzi affetti da autismo ha iniziato a dedicarsi ad attività in ambito agricolo, artigianale e della ristorazione.

Presidente della nuova cooperativa è Mario Paganessi, direttore della Fondazione «Oltre il Labirinto». La vice presidenza è stata affidata a Luigino Manfrin, direttore generale di Banca della Marca, mentre fanno parte del Consiglio di Amministrazione: Gianpiero Michielin, presi-

dente di Banca della Marca, Adriano Ceolin, presidente di Marca Solidale, Liviana Da Re, presidente del Centro Territoriale per l'Integrazione dei minori di Conegliano, Monica Bidoggia, presidente della coop. «Il Girasole» e Stefano Castiglione, psicologo esperto di autismo.

È già in fase di avanzata attuazione un progetto per realizzare una bicicletta speciale: il progetto HUGBIKE, che prevede la realizzazione della «bicicletta degli abbracci». Il progetto ha preso vita, come idea, esattamente mercoledì 27 giugno 2012 durante un incontro tra Il dott. Paganessi, nella veste di Direttore della Fondazione «Oltre il Labirinto», ed il Direttore Generale di Banca della Marca Luigino Manfrin. L'argomento verteva su vari «tools» auspiciabili per i ragazzi (e non solo) e si parlò anche di una ipotetica bicicletta tandem dove il guidatore, il passeggero dietro, potesse guidare e controllare il mezzo in sicurezza. L'idea piacque e si concertò lo sviluppo di tale progetto per poter presentare delle riflessioni concrete al Consiglio di Amministrazione della Banca.

Venne presentata una prima ipotesi di fattibilità e di strategie a settembre 2012 e ci fu l'approvazione del progetto. Ottenuto questo importante avallo i coordinatori dei ragazzi della Cooperativa sociale sono partiti con i prototipi, il design, i brand, aspetti societari, scouting fornitori, ecc. ed i primi



di gennaio 2013 si era già al terzo prototipo. La versione finale che è arrivata ad ottobre 2013 ed è stata presentata ufficialmente al Gran Galà del ciclismo di Conegliano.

A quali necessità risponde questa bici innovativa? La HugBike ha in se tre valori: il primo è quello di mettere a disposizione una bicicletta adatta alle famiglie con ragazzi disabili per permettere al diversamente abile di andare in bici in sicurezza. Utilizzabile anche da tutte le famiglie. Il secondo, voluto fortemente sia da Banca della Marca che dalla Fondazione, è quello di voler «sfruttare» questa bicicletta per includere nel mondo del lavoro i ragazzi autistici e/o con altre disabilità o disagi, mediante il processo di assemblaggio effettuato ovviamente in processi sicuri e supervisionati da maestri di bottega. Ultimo ma non meno importante è di cercare di rendere la HugBike un mezzo di sostegno sociale (impresa sociale) in grado di generare un utile che venga poi reinvestito sia nell'inclusione lavorativa sia in sviluppi di infrastrutture (Villaggio Godega 4Autism).

I partner in questa iniziativa sono diversi, oltre ovviamente alla Banca ed alla Fondazione Oltre il Labirinto onlus. È coinvolta la Cooperativa «Il Girasole» che ha competenze nel mondo della disabilità a livello di educatori e servizi; il progettista Gianni Trentin che, senza percepire alcun compenso, ha progettato e disegnato la bici e continua a progettare i nuovi modelli; la designer Elena Sbrissa, anche lei ha messo gratuitamente a disposizione la sua creatività; lo Studio Tecnico Associato Rubin F&P, anche loro gratuitamente hanno prodotto tutta la Manualistica Tecnica; il «Re degli Anelli» Juri Chechi che ha voluto essere il testimonial della HugBike; Marco Varisco, artista di fama mondiale del cristallo, ma soprattutto presidente degli XI di Marca, associazione di imprenditori e

sportivi trevigiani (Marzio Bruseghin, Riccardo Pittis, Lollo Bernardi, Mauro Benetton, Pinarello, Silvia Marangoni...) che ci aiutano nel promuovere la HugBike, nel testarla, ecc. e poi tanti altri dal maestro di Bottega Luciano Bruno che guida l'assemblaggio, a Domenico Gava, segretario Fondazione che presidia tutta la Supply Chain per passare ai service e fornitori come BlueWom, Eweik, Proflin etc... che ci sostengono riservandoci un trattamento di favore. Da non scordare l'Associazione Comunità Madonna della Salute di Salvatoronda che ha dato in concessione gli spazi adiacenti ai 2 ettari di terreno a Godega di Sant'Urbano dove poter assemblare la bici. In un articolo Flaviano Zandonai in merito scrive: «A far da capofila una banca di credito cooperativo che non si è limitata «a fare il suo mestiere» di banca in senso stretto, ma ha agito piuttosto come agenzia di sviluppo che ha coalizzato le risorse e i talenti giusti per questo progetto: cooperative sociali, associazioni, agenzie di comunicazione e, non ultimo, artigiani locali esperti nella costruzione di biciclette».

ATTIVITÀ SPORTIVA IN PISCINA

Nel Bilancio Sociale del 2012 abbiamo già accennato alla collaborazione tra Banca della Marca e le Associazioni Sportive «Ranazzurra», che gestisce le piscine di Conegliano e Spresiano, e «Viribus Unitis» di Pieve di Soligo.

In quella breve relazione erano state spiegate le finalità a cui mirava la collaborazione: sostegno alle famiglie del territorio per l'accesso, a costi sostenibili, all'attività sportiva in piscina e la realizzazione di un progetto di solidarietà nel sud del Brasile. Per il 2013 riteniamo utile riportare solo i numeri che sintetizzano la valenza della nostra presenza.



Associazione Ranazzurra

Nel corso del 2013 sono state rilasciate ben 733 tessere; il sostegno della Banca è stato pari a 3.200,00 euro destinati alle famiglie clienti di Banca della Marca e di 2.200,00 euro alla missione Barrio della Juventude di Criciuma nello Stato di Santa Catarina nel sud del Brasile.

A.S.D. Viribus Unitis

Le famiglie che hanno aderito al progetto sono state numerose ed hanno permesso il rilascio di ben 125 tessere; per loro il risparmio è stato pari a 2.698,00 euro.

FONDAZIONE DI COMUNITÀ SINISTRA PIAVE ONLUS

Banca della Marca è Socio sostenitore e fondatore, con l'ULSS7, della Fondazione di Comunità Sinistra Piave Onlus che sta portando avanti grandi progetti di solidarietà coinvolgendo nel territorio anche il volontariato. Alla Fondazione hanno aderito tutti i 28 Comuni dell'area dell'ULSS7.

L'obiettivo principale di questo importante organismo è di ricreare nel territorio una

solidarietà ed una responsabilità sociale indispensabile per costruire una migliore qualità della vita per tutti; in parole povere, la Fondazione si propone di promuovere la cultura del dono, il farsi carico dei problemi del vicino, valore che in passato ha sempre caratterizzato le nostre Comunità.

La principale attività utilizzata per la raccolta di fondi è stata quella, attraverso il volontariato e gli sportelli di Banca della Marca, della vendita di noci, quelle provenienti dal noceto di Cessalto e di proprietà della Diocesi di Vittorio Veneto.

Tutto il personale degli sportelli di Banca della Marca, lo ha sottolineato anche il Presidente della Fondazione Fiorenzo Fantinel, ha capito l'importanza dell'iniziativa e si è attivato con molto impegno generando davvero ottimi risultati.

L'iniziativa della vendita delle noci nel 2013 si può riassumere in questi numeri:

- sono state 250 le associazioni di volontariato coinvolte;
- tutti gli sportelli di Banca della Marca hanno promosso la vendita;
- sono stati 6.628 i sacchetti da 2 kg cadauno di noci venduti (la disponibilità è stata esaurita anzitempo);
- il ricavo netto è stato di ben 53.000,00 euro.



INIZIATIVE PER I SOCI

Il ruolo del Socio in una Cooperativa di Credito, qual è Banca della Marca, assume sempre maggior rilevanza nei momenti in cui sorge una difficoltà nel territorio in cui opera e questo lo si è toccato con mano in questi anni di travagliato andamento dell'economia locale e nazionale.

L'attaccamento al proprio Istituto, attraverso il sostegno nell'attività bancaria quotidiana ed anche nelle assemblee nei confronti dei vertici, è indispensabile e fa la differenza. Ne è una prova la diversità sostanziale tra la nostra Banca e molte altre del sistema dove si sono visti forse emergere i personalismi a danno dell'istituzione.

L'essere Soci di un Credito Cooperativo non ha mai significato (e non lo significa nemmeno oggi) ricercare in questa partecipazione un ritorno economico, un investimento redditizio, per questo ci sono altre strade completamente diverse e ampiamente disponibili sul mercato. Il ruolo del Socio, come si è sempre detto, è quello di unire le forze per dare al territorio, alle comunità, alle famiglie, risposte utili a superare la crisi. E questo è stato fatto e ne va riconosciuto il grande merito ai Soci di Banca della Marca.

Tutto questo è stato reso possibile anche perché Banca della Marca può vantare, senza tema di smentita, di aver perseguito in continuazione, senza tanta osten-

tata visibilità, i valori e gli obiettivi che il Beato Toniolo ed i Soci fondatori hanno posto come primari: essere al servizio delle Comunità e dei più deboli.

L'attività e l'attenzione del Consiglio di Amministrazione verso la compagine sociale è stata ampia anche nel 2013 come lo testimoniano alcune iniziative.

LE GITE DEI SOCI

Sono sempre un momento importante di aggregazione che permettono la condivisione degli ideali tra i Soci e momenti di svago con la possibilità di ampliare le conoscenze e le amicizie.

La programmazione del 2013 è stata di un'ampia offerta di destinazioni:

- tre giorni in Valle d'Aosta per conoscere la storia e l'arte di questa Regione;
- una giornata al Castello di Duino, a Pirano ed a Portorose;
- un giorno a Vailleggio sul Mincio e Borghetto;
- due giorni a Urbino nel regno dei Duchi di Montefeltro;
- la gita in barca di un giorno in Croazia;
- tre giorni a Roma per la visita della città e dei Musei Vaticani;
- due giorni a Lubiana (capitale della Repubblica Slovena) e Zagabria.

Le adesioni sono state davvero numerose (in totale di partecipanti tra Soci e familiari





sono stati 549) e questo dimostra l'alto gradimento verso l'iniziativa a cui la Banca destina delle risorse per i Soci.

I VIAGGI

Anche nel 2013 Banca della Marca, forte di una formula di successo, ha voluto portare in vacanza i suoi Soci e i suoi Clienti. Tre i viaggi organizzati, con oltre 200 partecipanti che hanno passato vacanze indimenticabili in luoghi da sogno! La crociera «Le Mille e una Notte» che ha toccato Dubai, Abu Dhabi, Muscat, Fujairah, Khasab e il deserto degli Emirati e dell'Oman per nove giorni di sole, mare e stelle. Un'atmosfera incantata in cui spicca il contrasto delle torri delle città di Dubai e Abu Dhabi e la dolcezza delle dune rosse del deserto; il contrasto tra un tramonto suggestivo ed indimenticabile e lussuosissimi centri commerciali

acque blu del Golfo dell'Oman, in cui famiglie di delfini nuotano liberamente con un orizzonte e un'atmosfera quasi surreale. E poi, fiori ovunque, palme, erba verdissima e poi di nuovo deserto: paesaggi unici e inimmaginabili. Una vacanza che riempie il cuore e libera la mente!

Il secondo viaggio a luglio; un bellissimo soggiorno nella incantevole Costa Turchese. Il litorale sud della Turchia, non a caso chiamato Turchese, per il suo mare trasparente e cristallino. L'Hotel Hillisidesu di Antalya, una nuovissima spettacolare e moderna struttura il cui colore predominante «bianco» dà all'hotel una luce ed una eleganza unica nel suo genere. Una terra dove storia e paesaggio si fondono per dare vita ad uno degli angoli più belli e suggestivi del pianeta.

Ultimo nostro viaggio per il 2013 la crociera di Grecia e Terra Santa. Un tuffo nell'antichità dove, storia, archeologia e luoghi Sacri si fondono nella cornice



pieni di boutique del «made in Italy», piste da sci coperte, immensi acquari e strutture architettoniche mozzafiato e ancora il lusso ostentato di Bentley e Ferrari, contro la semplicità e la vivacità del mercato del pesce con i suoi odori o del souk con i suoi colori. Anche le città' più piccole come Muscat, eleganti, ordinate con minareti che si stagliano in cielo in uno sfondo di colline desertiche o le

unica del Mar Mediterraneo. È stata visitata Cipro, divisa tra storia e straordinari orizzonti, le suggestive isole greche di Creta, Santorini e Rodi con il loro paesaggio che sembrano tele sapientemente dipinte e dove ci si immerge nella storia, visitando siti archeologici d'importanza mondiale. Infine lo sbarco sulla costa Turchese, nella città di Alanya, con i suoi colori e le sfumature dello splendido



mare. La meta più attesa è stata la Terra Santa con la visita di Betlemme, Gerusalemme, la Galilea e tutti quei luoghi dove è vissuto Gesù e che le Sacre Scritture ci descrivono; luoghi visti in un'atmosfera mistica, vissuta intensamente e che ha fatto ritornare a casa i partecipanti con un animo più ricco.

LODE AL PROFITTO

Anche quest'anno, domenica 1° dicembre, presso l'Auditorium Toniolo di Conegliano, alla presenza di circa 350 persone, si è svolta la giornata dedicata alla consegna dei riconoscimenti di «Lode al Profitto», iniziativa con la quale Banca della Marca premia le eccellenze del territorio, figli di Soci, che si sono contraddistinte per meriti scolastici.

Quest'anno grazie a «Lode al Profitto», iniziativa ideata nel 2002 da Banca della Marca nell'ambito del Progetto Famiglia, sono stati premiati ben 78 ragazzi (21 diplomati e 57 laureati) con altrettante borse di studio che, a seconda del per-

corso scolastico e della votazione finale, vanno dai 150,00 euro agli 800,00 euro. Oltre a ricevere la borsa di studio, consegnata con il diploma di Lode al Profitto dal Presidente di Banca della Marca Gianpiero Michielin e dal Direttore Generale Luigino Manfrin, i giovani potranno usufruire gratuitamente per un anno della tessera di Marca Solidale, godendo così dei servizi messi a disposizione dalla Cassa Mutua per il benessere delle persone (ad esempio: rimborso del 25% sulle visite mediche, screening di prevenzione, finanziamenti a tasso zero per l'educazione dei giovani, sconti su concerti, ecc.).

Il Direttore Generale Luigino Manfrin ha commentato: «Per Banca della Marca il più importante investimento per il futuro sono i giovani perché possono migliorare il nostro territorio, le imprese, le istituzioni ed in *primis* la Banca, devono quindi fare rete per dare spazio all'entusiasmo e all'iniziativa giovanile. Banca della Marca lo fa non solo attraverso Lode al Profitto, ma anche grazie alla predisposizione di progetti come Lab Inn 2.0 e la creazione di realtà come Opera della Marca, cooperativa che si





impegna per l'integrazione nella società di ragazzi autistici attraverso il lavoro.»

Lode al Profitto è, infatti, solo una delle tante iniziative che la Banca sviluppa a favore dei giovani e, proprio in questa cornice a loro dedicata, sono state menzionate anche altre attività intraprese in questo ultimo anno dall'Istituto di credito.

Primo su tutti il progetto «Lab Inn 2.0», presentato dal Direttore Generale di Banca della Marca Luigino Manfrin e dall'Assessore alle politiche giovanili del comune di San Vendemiano, Renzo Zanchetta, e dedicato a tutti i giovani del territorio che desiderano sviluppare la propria idea d'impresa ma che necessitano di un supporto, offerto in questo caso dai soggetti promotori Banca della Marca, Confartigianato Conegliano, Artigianato Trevigiano di Conegliano, Cofitre, Rotary Club Conegliano – Vittorio Veneto e da 12 Comuni del coneglianese.

All'evento ha preso parte anche Mario Paganessi, Presidente di Opera della Marca, la cooperativa sociale nata dalla sinergia tra Banca della Marca, Cooperativa Il Girasole e Fondazione Oltre il Labirinto Onlus. Durante il suo intervento Paganessi ha portato sul palco anche HUGBIKE, la bici degli abbracci realizzata dai ragazzi autistici del villaggio Cohousing 4Autism di Godèga di Sant'Urbano (TV), solo uno dei tanti progetti messi in atto per tutelare i soggetti autistici e per integrarli nella comunità attraverso l'occupazione lavorativa.

Ha portato la sua testimonianza la giovane imprenditrice Giulia Spessotto, 27 anni, che ha fatto ben capire ai giovani presenti l'importanza di non demordere in quello in cui si crede e di cercare le giuste collaborazioni per raggiungere l'obiettivo, come ha fatto lei nel momento che ha incontrato Banca della Marca che le ha dato fiducia e le ha permesso di realizzare i suoi progetti.



IL GIORNALE *Insieme con fiducia*

Anche nel corso del 2013, tramite il nostro quadrimestrale, si è entrati nelle famiglie dei Soci della Banca e di quelle dei Soci di Marca Solidale. Lo si è fatto sempre con discrezione evitando di affrontare gli argomenti specifici dell'attività bancaria che, riteniamo, devono essere trattati singolarmente nelle sedi opportune e con gli Operatori specializzati. La materia bancaria rimane un argomento che merita attenzione e precisione perché per ogni singolo interessato ogni sfaccettatura assume un'importanza diversa degna di approfondimento.

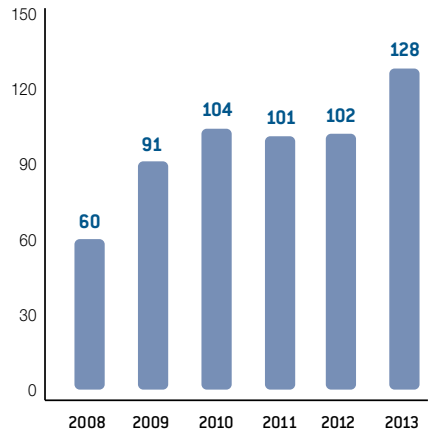
Si è sempre cercato di dare risalto ad argomenti di interesse generale ma anche riportando i progetti di lungo respiro della Banca. Non sono mancati, nei tre numeri pubblicati nel 2013, i redazionali del Presidente del Consiglio di Amministrazione e del Direttore Generale. Voci importanti che hanno permesso ai Soci ed ai lettori di conoscere la realtà della Banca e del territorio da un punto di vista molto privilegiato. Nel giornale «Insieme con fiducia» è sempre stato presente l'inserito con propria testata di Marca Solidale con le informazioni sulle sue iniziative e sui suoi programmi.

MARCA SOLIDALE

Marca Solidale continua il suo costante sviluppo e a fine anno 2013 è arrivata ad oltre 6.000 Soci collocandosi fra le primissime associazioni mutualistiche nazionali. Considerando i figli minori, aventi diritto alle prestazioni erogate dalla mutua, si può preventivare un'utenza superiore alle 8.000 persone. Anche nei primi mesi del 2014 la progressione del numero dei Soci è costante, tanto da consuntivare a fine marzo 6.350 Soci. Tanto successo è dovuto soprattutto all'aver destinato notevoli risorse al comparto sanitario, consapevoli che in questo periodo di difficoltà generale, gli interventi a sostegno dei Soci per le spese mediche sostenute siano di notevole importanza. Inoltre, stante anche il fatto che le prospettive per il prossimo futuro appaiono incerte, la Cassa Mutua, con una gestione corretta ed efficace, costituirà sempre di più un aiuto consistente per gli associati. Banca della Marca, come Socio Sostenitore, oltre agli interventi finanziari di supporto, mette a disposizione di Marca Solidale la propria organizzazione e logistica: la diffusione sul territorio è quindi capillare, combaciando con le zone di pertinenza della Banca stessa. L'età

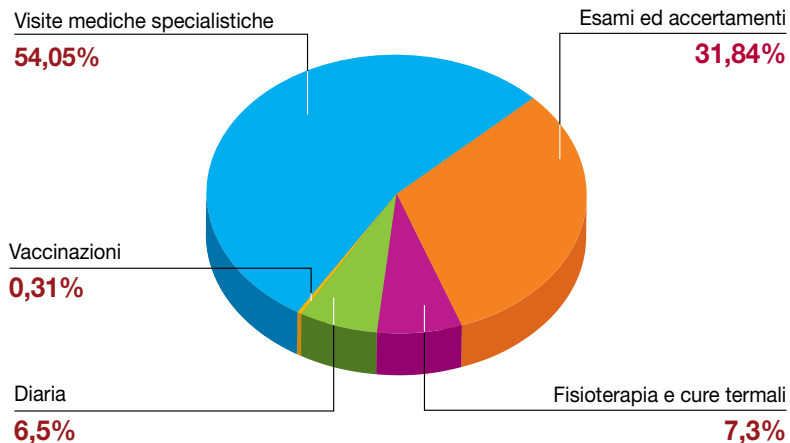
finanziamento 600 a 0

numero erogazioni

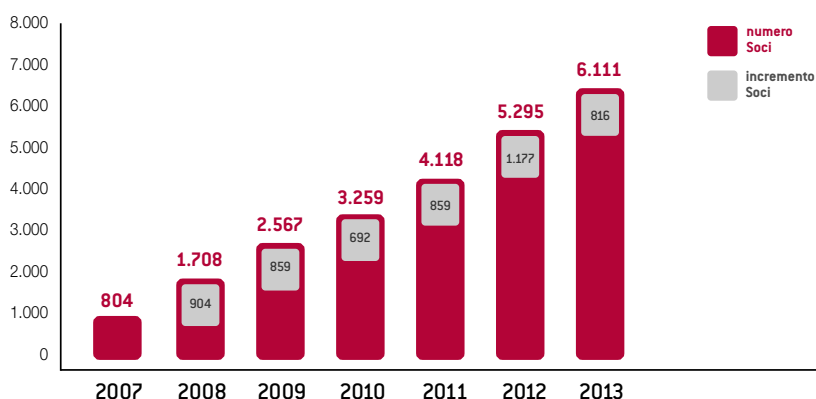


media degli associati si mantiene intorno ai 43 anni, molto bassa se paragonata alle altre mutue del Consorzio Nazionale Comipa di cui Marca Solidale fa parte. Questa peculiarità ha sempre spinto i gestori a sviluppare anche iniziative culturali e del tempo libero, alcune particolarmente confacenti ai giovani. La Compagine Sociale mantiene un interessante equilibrio con leggera prevalenza della parte femminile (54%). Le indagini sulla Soddisfazione del

tipologie prestazioni mediche



Soci



Socio sono effettuate con continuità e discrezione constatando la generale e cortese disponibilità dei Soci a rispondere ai quesiti, non lesinando considerazioni e suggerimenti. Queste modalità di gestione assumono sempre maggiore importanza in considerazione della necessità di calibrazione delle iniziative che devono, visti i numeri in gioco, rispondere sempre di più alle reali esigenze sia esplicite che implicite degli associati. La consistenza di Marca Solidale, sia in termini di numero di Soci che

conseguentemente di valori numerici da gestire, richiede attenzione e professionalità che fortunatamente si riscontrano continuamente nel personale della Banca coinvolto. La politica di fondo di Marca Solidale, per il campo Sanitario, che consiste nel promuovere ed attuare la Prevenzione con i vari Screening, i rimborsi per le spese relative alle Visite Specialistiche ed Analisi Diagnostiche viene sempre di più riconfermata, visti i traguardi raggiunti ed il soddisfacimento degli associati.

www.marcasolidale.it

MARCA SOLIDALE
CASSA MUTUA



Il nuovo sito di Marca Solidale:

uno strumento importante per comunicare i valori, i prodotti ed i servizi offerti ai Soci. Moderno e con spazi interattivi è uno strumento base di comunicazione e trasferimento delle nuove proposte:

- i regolamenti, il network sanitario, la modulistica;
- il quadrimestrale «Marcainforma»;
- le informazioni su tutte le iniziative;
- l'Assistente personale con il quale è possibile interagire direttamente con Marca Solidale;
- Area Riservata: ogni Socio potrà accedere alla propria posizione per consultare lo stato di avanzamento dei rimborsi presentati, effettuare prenotazioni alle iniziative organizzate e visualizzare le iniziative alle quali ha partecipato.

L'INTERESSE PER IL MONDO DELL'AGRICOLTURA

In questi ultimi periodi, visitando le aziende agricole del territorio, si sente sempre più spesso la seguente frase «agricoltura, quale futuro?». La domanda va così intesa: ci può essere futuro senza agricoltura?

La risposta è ovviamente «NO». Non ci può essere futuro senza agricoltura.

Se per noi tale risposta è scontata, molto probabilmente non lo è per tutti gli italiani. Tutto questo possiamo riassumerlo leggendo questo passo tratto dal «*Liber de agri cultura*» di Marco Porcio Catone, detto il Censore (II sec. A. C.): «È l'uomo che i nostri antenati lodavano, lo chiamavano buon agricoltore e buon colono; e chi così veniva lodato stimava di aver ottenuto una lode grandissima».

Infatti non si può NON pensare al ruolo dell'agricoltura nella società e al posto da essa occupato nella nostra storia. Un ruolo che sin dalle origini si è sempre caratterizzato come il perno fondamentale non solo della struttura economica, ma soprattutto come il metro di paragone su cui misurare, in positivo o in negativo, l'affermazione sociale delle persone coinvolte in tale settore. Ed è proprio attraverso l'analisi del ruolo rivestito dall'agricoltura del nostro sistema economico-sociale che ne possiamo ricostruire un percorso storico dalle fortune alterne.

Infatti, essa è l'unica attività che coniuga oltre alla produzione alimentare anche la difesa dell'ambiente e della coltura locale! Si sta assistendo per fortuna, anche se da poco, ad una presa di coscienza diversa rispetto al passato, di quella che è la potenzialità dell'agricoltura. Attività che oggi vedono l'agricoltore non più solo come una versione, fra tante, dell'*homo oeconomicus*, bensì come colui che in *primis* si prende cura della terra e si pone così a baluardo della difesa del territorio.

Noi come Banca della Marca nell'agricoltura ci abbiamo sempre creduto, già da quando non esprimeva le potenzialità odierne e da quando ancora non si parlava di «multifunzionalità», di attività connesse, di ruolo ambientale. Rivolgendo adesso lo sguardo a una prospettiva più tecnica e concentrandoci sulla dimensione italiana dominata dalla piccola proprietà agraria, possiamo notare che l'agricoltura negli ultimi anni ha vissuto una trasformazione che l'ha condotta ad ampliarla propria gamma di attività e dalla quale, in un ininterrotto processo di gemmazione, sono nate nuove professioni. Una Banca locale non solo quindi di supporto finanziario, ma anche professionale, in modo tale che dalla condivisione delle





PROGETTO AGRICOLTURA E AMBIENTE

scelte imprenditoriali si possa iniziare un cammino di crescita e confronto reciproco. Da qui quindi l'esigenza di guidare lo sviluppo locale, attraverso l'attivazione e la condivisione di competenze, progetti e risorse. Ecco allora che, come Banca, condividere in quest'anno ha significato aver partecipato e/o organizzato incontri serali con imprenditori agricoli; manifestazioni e/o fiere a carattere agricolo.

Queste nostre iniziative, da una parte ci permettono di «intercettare» nuovi clienti con un modo diverso di creare il contatto, dall'altra possono dare nuova visibilità sociale al nostro Istituto e al suo modo di operare. Infatti, nell'anno 2013 sono stati aperti circa 260 rapporti di nuove aziende agricole e/o agricoltori.

Il nostro obiettivo è quindi di continuare il nostro cammino di Banca del territorio e della comunità a fianco di chi lavora, trasforma e valorizza i prodotti agricoli e che su questa terra ha costruito la sua famiglia e la sua impresa.

Possiamo affermare che il «mettersi assieme» fa parte del nostro «d.n.a.» di Banca locale, della nostra cultura, sempre pronta a collaborare, lavorare insieme, interfacciarsi con le problematiche degli imprenditori per far sistema con vantaggio reciproco. È questa la nuova dimensione dell'agricoltura del futuro: una miscellanea d'imprenditoria, elevate conoscenze e capacità tecniche, funzioni non solo economica ma di respiro sociale, consapevolezza del proprio ruolo di tutore dell'ambiente.

LA RICERCA SULLA POTATURA DELLA VITE

Banca della Marca finanzia il progetto regionale del CRA-VIT

Banca della Marca, tra i principali istituti del Credito Cooperativo trevigiani, insieme a nove aziende vitivinicole del Veneto, finanzia il progetto sulla potatura della vite, attivato dal Consiglio di Ricerca per la Spe-

rimentazione in Agricoltura – Centro di Ricerca per la Viticoltura – CRA-VIT – di Conegliano. Il nostro istituto di credito, in controtendenza rispetto al trend nazionale, ha puntato sulla ricerca, vero motore del





progresso necessario allo sviluppo del territorio e delle sue realtà aziendali.

Il progetto è denominato «Vigneto vera espressione del territorio e del patrimonio genetico del vitigno» ed è di durata quadriennale; la sua valenza è regionale, in quanto interessa alcune delle più rinomate aree produttive del Veneto come Prosecco DOC, Valpolicella DOP e Venezia DOC. Lo studio è condotto dal Prof. Diego Tomasi, che ha dichiarato: «Il nostro principale

gruppo potatori Dal Mas-Biancolin, Consorzio Agrario di Treviso] che con il loro supporto garantiranno la disponibilità di strutture, apparecchiature, materiali di consumo e l'attività di personale specializzato.

In un momento che evidenzia quotidianamente una flessione dei finanziamenti pubblici nei confronti della ricerca, Banca della Marca si è dimostrata pronta ed attenta, riconfermando l'impegno verso le ini-



obiettivo è l'analisi della potatura della vite in virtù del cambiamento delle specificità ambientali del territorio e delle richieste di mercato che in questi ultimi anni hanno definito due modelli produttivi contrapposti: sia una viticoltura atta a sostenere vini di grande pregio, sia vini di più largo consumo, caratterizzati da potatura meccanica. Imposteremo la ricerca su diverse tecniche di allevamento e di potatura della vite, migliorando così il rapporto della pianta con l'ambiente circostante per garantire vigneti più sani e longevi».

L'attivazione del progetto è stata resa possibile grazie al finanziamento concesso da una compagine privata composta dal Credito Cooperativo Banca della Marca e da nove aziende private del Veneto (Borgo Luce, Santa Margherita, Masi, Cantina produttori di Negrar, Consorzio Soave, Consorzio DOC Prosecco, Sutto, Cantina la Marca,

ziative che hanno come scopo lo sviluppo del territorio. In questo caso l'attenzione è rivolta al comparto vitivinicolo del Veneto che, con i suoi 72.000 ettari di vigneto, detiene il primato nazionale per la produzione di vini a denominazione.

«Banca della Marca riconosce l'importante ruolo del settore viticolo sul territorio e ritiene quindi forte l'esigenza di poter contare su impianti tecnicamente sempre all'avanguardia e in grado di far fronte alle sollecitazioni ambientali sempre più consistenti e spesso dannose, per affrontare in modo vincente le sfide del presente – commenta il Direttore Luigino Manfrin che continua – dopo un ottimo bilancio sugli stanziamenti del 2012, il nostro istituto di credito inaugura altrettanto positivamente il 2013, ponendo un occhio di riguardo sulla ricerca, vero motore del progresso e dello sviluppo».

SERVIZI DELLA BANCA PER IL TERRITORIO

Marca*in*Contatto

Da lunedì 22 luglio 2013 a Treviso, Conegliano, Montebelluna, Oderzo e Porcia sono attive le prime filiali remote di Banca della Marca che interessano le Province di Treviso e Pordenone. Grazie al servizio «Marca*in*Contatto», attivo con orario prolungato fino alle 19.30, gli utenti sono ora in grado di ricevere consulenza e svolgere molti degli abituali servizi bancari in videoconferenza diretta con un operatore della Banca. Ai nuovi clienti è stato inoltre garantito un conto corrente gratuito. Un investimento in controtendenza che riconferma l'attenzione dell'Istituto di credito verso i cittadini del territorio.

Alle 33 filiali di Banca della Marca già presenti nelle Province di Treviso e Pordenone, si sono aggiunte tre nuove sedi dal funzionamento innovativo.

Molte sono le novità che caratterizzano le nuove filiali remote e il servizio ivi offerto, a partire dall'orario di apertura: dal lunedì al venerdì si potrà contare sulla

presenza di un addetto di Banca della Marca che, fino alle 19.30, metterà a disposizione la propria professionalità e la propria consulenza per guidare i clienti, tramite videoconferenza, nelle principali operazioni bancarie. Tra queste ricordiamo principalmente: il versamento di assegni e contante, bonifici in euro, stampe di movimenti ed estratti conto, pagamento di bollette e deleghe fiscali, domiciliazione pensioni, internet banking, attivazione di Carta Bancomat e Carta di Credito, attivazione e ricarica della carta prepagata e soprattutto, per tutti i nuovi clienti, l'attivazione gratuita del conto corrente con tassi d'interesse molto vantaggiosi. Mentre, a chi è già cliente di Banca della Marca sarà abbonato il canone nel mese in cui si è usufruito del servizio.

Le filiali remote facilitano lo svolgimento delle operazioni bancarie sia a chi non può recarsi in Banca nei classici orari rivolti al pubblico, sia a chi non è un «nativo digitale» in quanto si può contare su un dialogo reale e diretto con il personale





della Banca e non è necessario essere degli esperti nei campi della tecnologia e della multimedialità. Al cliente basterà, infatti, suonare il campanello ed un operatore, da remoto, risponderà al citofono, aprirà la porta e sarà presente sul video per guidarlo nelle operazioni più complesse.

PER LE IMPRESE

1. Minibond

Si è svolta mercoledì 19 giugno 2013 una tavola rotonda, organizzata da Banca della Marca presso la propria sede centrale con la collaborazione del nuovo partner Kep Consulting Finance, avente per tema l'approfondimento sul Minibond, strumento introdotto dal Decreto Sviluppo del 2012. Hanno raccolto l'invito 130 persone, rappresentanti oltre 100 aziende del territorio, con un seguito massiccio anche di utenti online grazie alla diretta streaming. L'attenzione alle esigenze delle Piccole Medie Imprese ha unito in un accordo strategico Banca della Marca e Kep Consulting Finance, boutique di advisory milanese, per quanto riguarda l'emissione di Minibond, ovvero prestiti obbligazionari per Piccole, Medie Imprese (PMI) quotate e non quotate che necessitano di liquidità. Una soluzione utile per le società che lo utilizzeranno dal punto di vista economico, amministrativo, reputazionale e di governance.

L'accordo strategico per le emissioni di Minibond con Banca della Marca è il primo realizzato in Italia seguendo un modello Global Vision e Local Action e può sicuramente essere replicato con successo su tutto il territorio nazionale.

Lo strumento, la cui particolarità è l'economicità e la flessibilità, è stato presentato ai partecipanti sotto tutti i suoi

aspetti coinvolgendo l'intera schiera di attori che intervengono nella sua emissione. In particolare sono intervenuti: Banca della Marca, in qualità di soggetto promotore, che attraverso il Direttore Generale Luigino Manfrin ha così commentato l'operazione: «Siamo consapevoli che nel nostro territorio ci sono molte imprese meritevoli e per questo Banca della Marca ha deciso di strutturarsi per assisterle nella realizzazione di operazioni di credito che vanno oltre la possibilità di finanziamento della Banca stessa. Per questo abbiamo sottoscritto un importante accordo di partnership che ha dato vita ad un gruppo di lavoro qualificato che supporta le aziende ad approdare al mercato dei capitali quotato, attraverso un servizio finalizzato all'emissione e quotazione di minibond». Kep Consulting che, dopo una breve spiegazione tecnica dello strumento e dell'affiancamento offerto alle aziende, attraverso il responsabile presente dott. Alessandro Sannini ha così commentato la partnership con Banca della Marca: «I Prestiti Obbligazionari rappresentano una nuova opportunità per qualche centinaio di aziende in provincia di Treviso, Pordenone e Belluno. Uno straordinario modo di riattivare la crescita interna ed esterna della propria azienda. L'idea è creare con Banca della Marca la casa delle aziende emittenti del Nordest Orientale sul mercato del debito nazionale ed internazionale. Banca della Marca si è dimostrata un istituto di credito illuminato, con grande attenzione ai clienti che si apre al futuro di un'operatività fatta di servizi di advisory avanzati». Veneto Sviluppo che tramite il Direttore Generale Gianmarco Russo ha dichiarato: «Il workshop ha evidenziato la necessità da parte delle P.M.I. di usufruire di diversi metodi di finanziamento, facendo riferimento non solo a quello bancario ma affidandosi ad



altri tipi di strumenti come quelli rappresentati dai minibond. Veneto Sviluppo, ricoprendo il ruolo di vero e proprio collante tra le P.M.I. e gli altri attori finanziari, sta studiando con interesse questo nuovo scenario per attivarsi al più presto e fornire il proprio contributo anche nell'ambito delle operazioni obbligazionarie e non solo creditizie. Inoltre hanno offerto il loro contributo Anna Marucci di Borsa Italiana che ha presentato ExtraMot PRO, l'apposito mercato costituito dalla stessa e riservato ad investitori professionali; Roberto Culicchi dello studio Hogan Lovells per la parte legale; Riccardo Bolla dello studio CTS Bolla Quaglia e Associati per le questioni fiscali sia in riferimento all'emittente che al sottoscrittore; Francesco Grande dell'agenzia CRIF che ha sviluppato un intervento sull'importanza del rating nelle emissioni obbligazionarie ed Ersilia Molnar di Muzinich & Co Ltd, fondo di debito privato che ha espresso la sua visione in qualità di investitore professionale estero specializzato nei comparti obbligazionari con riferimento al mercato italiano e alle nuove opportunità generate dal Decreto di Sviluppo 2012.

2. Banca della Marca mette a disposizione 20 milioni di euro per le P.M.I. del territorio della Marca

Banca della Marca, in forza della radicata e propositiva vocazione locale, ha messo a disposizione delle P.M.I. che operano nelle Province di Treviso e Pordenone la somma di 20 milioni di euro per nuovi investimenti, sostegno commerciale, liquidità e consolidi di cui l'Impresa necessita per mantenere competitività e redditività. L'Istituto ha inteso aiutare le realtà industriali del territorio anche attraverso il «Progetto P.M.I.» che di fatto è un servizio di consulenza finanziaria disponibile gratuitamente sul sito della Banca per i clienti che ne fanno richiesta.

Banca della Marca, oltre all'investimento di 20 milioni di euro, ha messo a disposizione delle P.M.I. personale qualificato per valutare ed impostare le richieste di credito con adeguati programmi e piani industriali che oggi sono indispensabili per ottenere credito. La Banca ha offerto il proprio supporto anche per l'ottenimento della garanzia pubblica, rilasciata dal Ministero dello Sviluppo Economico tramite il Medio Credito Centrale, per le imprese al



di sotto dei 250 dipendenti e di 50 milioni di euro di fatturato (o 43 milioni di euro di attivo di bilancio) e che si trovano a dover affrontare esigenze finanziarie quali: operazioni di leasing strumentale ed immobiliare, acquisizione di partecipazioni, ed altri interventi quali per esempio i finanziamenti a breve termine, consolidamento, fideiussioni e finanziamenti a medio e lungo termine sia per investimenti che per liquidità.

La garanzia statale copre fino al 70% il finanziamento richiesto per un importo massimo concedibile di 2,5 milioni di euro. Al fine di riuscire ad ottenere la garanzia nel minor tempo possibile Banca della Marca si è dotata, al proprio interno, di uffici specializzati per l'istruttoria delle pratiche e per l'inoltro delle stesse al Medio Credito Centrale.

In aggiunta, per le imprese di media e piccola dimensione che faticano ad ottenere degli indicatori di bilancio positivi, con il «Progetto P.M.I.», applicabile indipendentemente dalla dimensione dell'Azienda e dal settore merceologico di appartenenza, Banca della Marca ha assistito anche le Imprese poco strutturate o in fase di avvio che hanno evidenziato programmi di lavoro con prospettive positive.

Per facilitare le comunicazioni inerenti i servizi di finanza agevolata e l'ottenimento della garanzia pubblica, Banca della Marca ha coinvolto anche le Associazioni di categoria al fine di veicolare tutte le opportunità finanziarie previste dalle varie Leggi Regionali i cui fondi erano gestiti dalla Società Veneto Sviluppo, tra cui il DGR 676/2012 misura «anticrisi» che prevede erogazioni fino a 500.000,00 euro a tasso zero per il 50% dell'importo. In questo modo, tutte le imprese associate hanno avuto l'opportunità di conoscere i servizi che l'istituto promuove a sostegno dell'Impresa e del territorio.

PRAMERICA

L'oggetto dell'accordo, denominato «Marca Serena», è stato una polizza a capitale e a premio annuo costante che garantisce la liquidazione di un capitale nel caso in cui l'Assicurato venga colpito da una di queste sei gravi patologie: infarto miocardico, cancro, ictus cerebro-vascolare, innesto di bypass aortocoronarico, insufficienza renale e trapianto d'organo.

«Siamo lieti di poter offrire ai clienti di Banca della Marca – aveva commentato Alessandro Forza, Direttore Commerciale di Pramerica Life S.p.A. – questa soluzione particolarmente innovativa per il mercato italiano in grado di proteggere l'Assicurato in caso di malattie che hanno impatti rilevanti sulla sfera socio-economica e sulle aspettative di vita delle persone. Un'alleanza strategica – continua Forza – con un partner bancario particolarmente vicino al territorio che conosce bene le reali esigenze di protezione dei propri correntisti». Nel 2013 «Marca Serena» è stata resa disponibile presso tutte le filiali di Banca della Marca ed è stata studiata per chi desiderava e desidera garantirsi una somma di denaro da destinare alle migliori cure e terapie e poter accedere alle tecnologie più avanzate, senza intaccare il proprio patrimonio. Si è trattato di una soluzione assicurativa particolarmente flessibile che prevede un'ampia scelta del valore della copertura (30 mila, 40 mila, 50 mila, 60 mila euro).

«Marca Serena» prevede che l'assicurato abbia un'età compresa tra i 18 e i 55 anni, che il capitale assicurato sia costante per l'intera durata della polizza e che venga interamente liquidato al primo evento.

Pramerica Life provvederà a liquidare l'indennizzo entro soli 30 giorni dalla data di ricevimento della documentazione

ne medica richiesta (in caso di ictus, a tre mesi dall'insorgenza).

«In uno scenario difficile come quello attuale in cui lo Stato sociale si sta progressivamente ritirando, il timore del verificarsi di eventi negativi può privarci delle forze e risorse necessarie per conseguire i nostri obiettivi e tutelare la serenità anche delle persone più care» ha aggiunto Michela Frare, Responsabile del servizio di Bancassicurazione di Banca della Marca. «Nella consapevolezza che questa tendenza difficilmente troverà un'inversione nel prossimo futuro, Banca della Marca si è impegnata nella ricerca di soluzioni da proporre alla propria clientela per affrontare con fiducia le sfide future, in linea con la propria vocazione di Banca del territorio e di Banca senza fini di lucro. L'accordo con Pramerica e il lancio di «Marca Serena» si inserisce in questa ricerca di eccellenze che si realizza rendendo ora disponibili ai clienti di Banca della Marca l'esperienza e le soluzioni innovative di un consolidato Gruppo internazionale, specializzato nella protezione della persona».



CONVENZIONE ASCOTRADE

«Accordi chiari, amicizia lunga», soprattutto perché conviene. È stato sottoscritto un nuovo accordo tra Ascotrade e Banca della Marca pensato per i cittadini trevigiani e fatto col linguaggio chiaro di chi offre la convenienza vera, trasparente, che non nasconde fregature dietro l'angolo. L'amicizia, come dice il detto, è lunga e nello specifico dura precisamente 12 mesi per quei clienti che hanno usufruito dei servizi di entrambe le realtà trevigiane. La formula è stata molto semplice: chiunque aveva sottoscritto con Ascotrade un contratto per la fornitura combinata di luce + gas, domiciliando l'utenza su conto corrente Banca della Marca ha visto azzerate per i primi dodici mesi le spese di canone sul conto. L'offerta era valida fino al 30 giugno 2013 ed era rivolta a chi era già cliente Ascotrade o a chi lo voleva diventare sottoscrivendo un contratto FORZA DOPPIA EXTRA ed era applicata sul conto corrente «Conto di Marca», di Banca della Marca. Per l'addebito della bolletta sul conto corrente bastava recarsi presso un qualsiasi sportello di Banca della Marca fornendo la copia dell'ultima fattura utile di gas ed energia elettrica, insieme al documento d'identità e al codice fiscale dell'intestatario dell'utenza (o delega scritta, nel caso in cui la sottoscrizione del contratto sia stata effettuata da persona diversa dell'intestatario della fornitura). I clienti Ascotrade che ancora non hanno domiciliato le fatture delle utenze su conto corrente oggi sono circa 160.000. «La convenzione con Banca della Marca rientra nel percorso strategico già tracciato con altre aziende del trevigiano», affermava il presidente Stefano Busolin. «L'obiettivo è fornire ai clienti Ascotrade la qualità e comodità di un servizio ancora più conveniente. Tutti gli accordi che stiamo sottoscrivendo con le



imprese si fondano sullo stesso principio: mettere il benessere del cliente al centro delle nostre iniziative. Nel caso specifico, la partnership con Banca della Marca consente di risparmiare sulle spese di gestione del conto, aggiungendo i vantaggi già previsti dall'offerta FORZA DOPPIA EXTRA. Così facendo si garantisce al cliente un risparmio complessivo di 100 euro all'anno».

«In un periodo sensibile come quello che stiamo attraversando, Banca della Marca ha deciso di dedicare particolare attenzione alle famiglie del territorio, creando per loro maggiori soluzioni che contribuiscano al benessere della famiglia, sotto diversi aspetti. – dichiarava allora Luigino Manfrin, Direttore Generale di Banca della Marca – In questo caso abbiamo voluto creare una particolare partnership con Ascotrade, impresa del territorio, con la quale ci impegniamo ad aumentare e migliorare l'offerta di servizi per creare nuove alternative a vantaggio della Comunità. La nostra collaborazione ci consentirà di dare benefici concreti ai cittadini, sia che siano già nostri correntisti che eventuali nuovi clienti. Questi si tradurranno in uno sconto di 100 euro a famiglia, derivante da riduzioni speciali nel costo della fornitura di energia elettrica e gas da parte di Ascotrade e dall'apertura gratuita di un conto corrente per gli addebiti diretti. Un piccolo segno ma tangibile – chiosa Manfrin – che speriamo rappresenti un primo passo nell'efficace strada delle sinergie. Ci auguriamo infine che la nostra iniziativa possa essere da esempio anche per le altre istituzioni del territorio, ispirate dallo stesso fine ultimo: incrementare i vantaggi percepibili dalle famiglie».

ENERGYSHARING

Banca della Marca ha appoggiato il nuovo gruppo d'acquisto d'energia rivolto alle piccole/medie imprese e da settembre 2013 ha fatto partire un nuovo piano anche per i privati cittadini. Si è, infatti, fatta promotrice per il proprio territorio dell'iniziativa Energy Sharing, ideata dal Gruppo delle B.C.C. in ambito energetico, un gruppo d'acquisto di energia elettrica dedicato alle imprese clienti, che potranno iscriversi gratuitamente per ottenere vantaggiosi contratti dai fornitori più convenienti. Prendendo lo spunto da «Energy Sharing», come detto dedicato alle piccole e medie imprese, Banca della Marca da settembre ha poi attivato un nuovo piano di offerta energetica rivolto ai privati cittadini. Il tema dell'energia ha coinvolto da sempre pubblici e privati ed è stato anche per le



Banche di Credito Cooperativo un punto chiave tramite il quale promuovere validi servizi dedicati ai propri clienti, soprattutto in questo delicato periodo economico, che devono inevitabilmente far fronte alle spese relative al consumo di energia elettrica. Una risposta alle necessità di contenimento dei costi è stata data da «Energy Sharing»: un vero e proprio gruppo d'acquisto che permette alle aziende e famiglie che vi partecipano di unire il proprio consumo sfruttando insieme la massa di milioni di KWh e trattare direttamente con i fornitori per ottenere condizioni di miglior favore, trovando le alternative più economicamente vantaggiose.

