

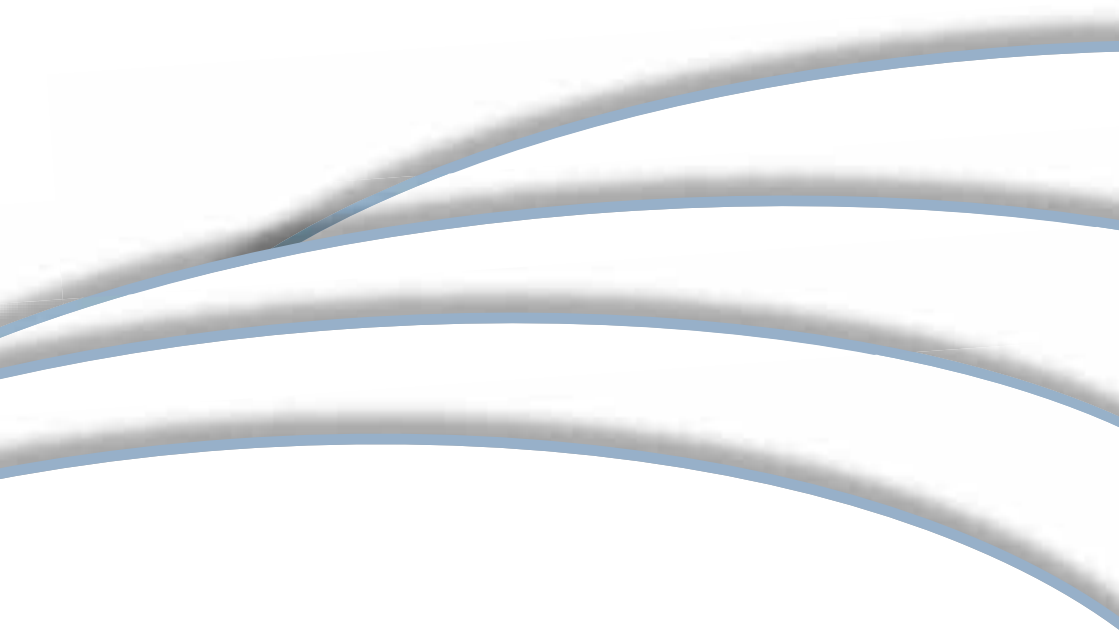


Banca della Marca
CREDITO COOPERATIVO

2015

BILANCIO SOCIALE

2015
BILANCIO SOCIALE



INDICE

Il valore della condivisione	3
Gli interventi di Banca della Marca sul territorio	4
Iniziative in evidenza	14
Iniziative per i Soci	22
Il mondo dell'agricoltura	26
Marca Solidale	27
Servizi Banca	32



SEDE E DIREZIONE GENERALE

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

www.bancadellamarca.it

progetto
Janna comunicazione creativa_Pn

fotografie
Archivio Banca della Marca

stampa
Imoco_Treviso

IL VALORE DELLA CONDIVISIONE

Il Bilancio Sociale è uno strumento che certifica e legittima il ruolo di un'organizzazione, non solo in termini economici, nel realizzare la propria missione. Esso rappresenta un'occasione per confermare la responsabilità sociale dell'impresa, come se fosse un cittadino, agli occhi della comunità di riferimento valorizzando il proprio legame con il territorio.

Il Bilancio Sociale di Banca della Marca si configura come un vero e proprio processo di analisi dei rapporti che la stessa banca intrattiene con gli *stakeholder* del mercato di riferimento: questo approccio caratterizza il nostro modello di *business* e la distribuzione del valore aggiunto creato dall'attività caratteristica.

Ciò significa che per Banca della Marca è strategico offrire a famiglie ed imprese soluzioni efficaci attraverso la propria attività di intermediazione creditizia e supportare associazioni ed istituzioni attraverso il sostegno economico mettendo anche a disposizione *know-how*.

Il benessere collettivo passa attraverso interventi specifici a rinforzo delle iniziative promosse dal volontariato, organizzazioni *no-profit* ed enti, ma questi perdono valore se non sono anche accompagnati da servizi efficienti che possono contribuire alla crescita economica e culturale della società.

Per Banca della Marca è strategico quindi rafforzare la propria attività con servizi utili, relazioni eccellenti ed interventi a supporto di progetti che possano produrre benefici concreti per la comunità.

Anche nel 2015 è continuato l'impegno di Banca della Marca a sviluppare e consolidare sinergie con «soggetti» rappresentativi del territorio, a favore di iniziative a supporto dell'educazione dei figli (Educacon ed Educasport), della formazione e dell'autoimprenditorialità dei giovani (Lab Inn), ed il sostegno a Marca Solidale per l'erogazione ai propri Soci di servizi in ambito di prevenzione sanitaria, del tempo libero e sussidi alle famiglie.

Non è mancato il sostegno alle realtà associative locali foriere di iniziative rivolte all'assistenza alle persone bisognose, eventi culturali e ricreativi atti a valorizzare la storia, le tradizioni e le bellezze della nostra terra.



Gianpiero Michielin
PRESIDENTE

GLI INTERVENTI DI BANCA DELLA MARCA SUL TERRITORIO

Il 2015 è stato certamente un anno ricco di eventi forieri di aspetti positivi e stimolanti; da questa realtà non ne è rimasta esclusa Banca della Marca.

In questo anno, pur in un contesto di lento e faticoso superamento del lungo periodo di crisi economica nazionale, si è mantenuto l'impegno del Consiglio di Amministrazione a far rimanere Banca della Marca un'Istituzione protagonista dell'economia del territorio in cui opera. Non poteva essere diversamente, perché solo ponendosi a fianco delle imprese grandi e piccole, delle famiglie, della grande forza del volontariato, in sinergia con le istituzioni, la Banca ha concretizzato la sua storica mission: quella di rimanere un punto di riferimento su cui tutti possono contare nei momenti difficili e un'Istituzione che sa premiare gli sforzi e le idee di tutti: una Banca capace di far crescere questo territorio ricco di valori e di potenzialità.

Si è mantenuto così l'impegno, anche nel 2015, di erogare credito alle imprese commerciali, agricole, artigianali ed industriali, in continuità storica con il pensiero e la volontà dei Soci fondatori.

In questa attività è stata vista la principale, molteplice funzione istituzionale della Cooperativa di Credito.

Merita sottolineare che l'impegno continuo profuso da Banca della Marca non ha mai distolto l'attenzione sulla necessità di potenziare l'esigenza di analisi e di controllo, componenti indispensabili per limitare al massimo ogni rischio e per ottenere il più alto risultato utile per l'intera comunità.

Anche nell'anno in esame è continuato il sostegno al volontariato ed alle iniziative espresse in ambito locale; di se-

guito elencheremo alcuni interventi. Sono piccoli esempi della dinamicità che caratterizza l'impegno dei volontari e delle persone di buona volontà; le iniziative che qui non vengono ricordate per esigenze di spazio, sono sicuramente di pari valenza di quelle citate.

La somma importante distribuita sul territorio da Banca della Marca ha per-

SOMME EROGATE

Assistenza, volontariato ed interventi umanitari	54.022,39 euro
Attività ricreative e iniziative varie	156.787,00 euro
Cultura e formazione	37.073,49 euro
Istituzioni ed enti	82.901,00 euro
Scuola e istruzione	13.050,00 euro
Sport	291.368,00 euro
Totale erogazioni	635.201,88 euro



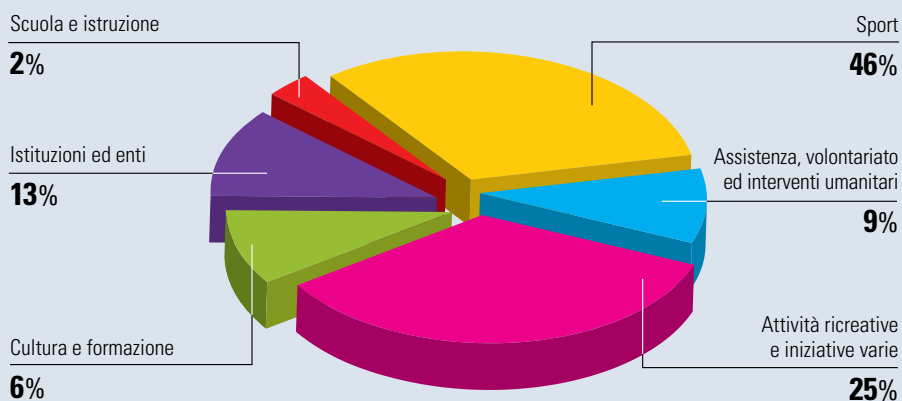
messo di concretizzare idee, di realizzare manifestazioni, di aiutare quanti con il loro impegno cercano di far crescere la comunità in cui vivono.

Le richieste continuano ad essere sempre molto numerose, non a tutte è stato possibile dare la risposta positiva attesa o partecipare nella misura desiderata; con questo però non si è mai voluto

sminuirne l'importanza. Nel prospetto a lato le somme messe a disposizione della Comunità sono raggruppate per settore.

Al totale indicato è da aggiungere quanto è stato utile per sostenere le iniziative per la Compagine Sociale (303.858,73 euro), per cui il montante complessivo corrisponde a 939.060,61 euro.

831 INIZIATIVE TOTALI



ALCUNE DELLE INIZIATIVE SOSTENUTE

PROGRESS SPOT settima edizione

All'iniziativa, sostenuta dalla nostra Banca, da Banca Prealpi e dal Comune di Conegliano, hanno partecipato ben 59 gruppi.

La volontà degli organizzatori era quella di invitare i giovani (e non solo) all'apertura reale, all'azione concreta e reciproca verso l'altro; a cercare nuove relazioni da vivere come dono e compito per la vita di ciascuno e per la società tutta.

Oggi in questa ricerca siamo aiutati dalla tecnologia che spesso, però, produce anche l'effetto contrario, isola l'individuo e lo relega alla solitudine pur vivendo a contatto di tante persone. Molte nazioni, poi, portano esempi negativi chiudendo le frontiere proprio quando è indispensabile unire le sinergie per superare i momenti difficili di una quotidianità in continuo movimento. Anche le famiglie faticano a ricevere ed a dare aiuto, in particolare ai giovani che spesso appaiono imprigionati in un benessere che rende difficoltoso un vero incontro con le persone.

Come si vede, con questa iniziativa sono stati affrontati temi di estrema attualità.

Si è aggiudicato la vittoria della settima edizione del Progress Spot (l'imprevedibilità dell'incontrarsi) il gruppo del Marco Fanno per aver realizzato un manifesto che presentava non solo qualità tecnica ed efficacia comunicativa, ma anche un'eccellente elaborazione del tema.

I VIGILI DEL FUOCO DI CONEGLIANO

Nel mese di settembre 2015 è ricorso il decennale del trasferimento del Distaccamento dei Vigili del Fuoco di Conegliano nella nuova caserma di via Maggior Piovesana ed i Pompieri hanno voluto festeggiare l'evento.

La sede è rimasta aperta al pubblico per tre giorni consecutivi durante i quali i Vigili del Fuoco hanno parlato ai cittadini di sicurezza sul posto di lavoro e nelle case, hanno proposto una mostra fotografica ed esposto i veicoli in uso ed allestendo apposite isole tematiche di specifiche attività.

Successivamente si è svolta una sfilata di uomini in uniforme e di mezzi per le vie della città di Conegliano, durante la quale, davanti alla scalinata degli Alpini,



si è attuata una suggestiva manovra tecnica con il dispiegamento della Bandiera Italiana.

C'è stata poi, presso il Distaccamento, una giornata di festa dedicata ai più piccini e vi hanno partecipato ben 900 bambini e bambine. È stato predisposto un percorso di abilità, denominato «Pompieropoli», dove i bimbi hanno potuto vivere particolari emozioni e, all'arrivo, ricevere l'attestato di Vigile del Fuoco. È noto a tutti l'impegno che queste persone dedicano all'intera Comunità. Il Distaccamento di Conegliano garantisce il soccorso urgente in ben 22 Comuni del Comprensorio e lo fanno 24 ore al giorno per 365 giorni all'anno.

Tutti abbiamo un grande debito di riconoscenza verso questa Istituzione e la Banca ha voluto esserci in questo momento di festa.

GODEGA FUMETTI 2015

Un vero successo l'ottava edizione di Godega a Fumetti, organizzata ad aprile 2015 presso l'Area Fiera, il successo non è mancato, infatti sono stati registrati ben oltre ottomila visitatori. La



manifestazione prevedeva, sfruttando l'esperienza delle precedenti edizioni, incontri con gli autori, l'esposizione di tavole originali, la mostra/mercato di fumetti e del collezionismo cartaceo.

Per il 2015 è stato invitato Tex Willer quale testimonial del meeting, un personaggio classico del fumetto, e questo è stato possibile grazie alla collaborazione con la Sergio Bonelli Editore ed alla disponibilità del giovane e promettente autore Giacomo Danubio, attualmente inserito nello staff dei disegnatori di Tex, il celebre ranger del Texas.

Sono state anche allestite due mostre personali, una di Giacomo Danubio ed una di Giorgio Montorio che nella sua carriera ha collaborato con innumerevoli testate ed è stato un grande autore, tra i più apprezzati disegnatori di Diabolik.

L'idea degli organizzatori continua ad essere quella di promuovere, valorizzare e diffondere la cultura e l'interesse per il fumetto e, attraverso questo, la conoscenza e la valorizzazione del nostro territorio.

Durante la manifestazione era in funzione un ufficio per gli annulli postali





speciali ed è stato organizzato, come in passato, il concorso di cosplayer con oltre 40 ragazzi travestiti ad imitazione dei loro eroi dei fumetti preferiti.

TRITTICO VENETO

gara nazionale a tappe per Juniores

Questo è stato un evento sportivo definibile importante e prestigioso a livello nazionale e non solo, vista la partecipazione di squadre italiane e straniere, che ha richiamato sul territorio un gran numero di appassionati di ciclismo.

L'edizione di quest'anno, programmata ad agosto, è la dodicesima e, nonostante il momento non facile per reperire le necessarie risorse, è stata un vero successo grazie all'impegno massimo che il Veloce Club di Orsago ha profuso. La manifestazione ha saputo valorizzare a fondo le bellezze paesaggistiche e naturalistiche del nostro territorio arrivando con una tappa in Pian Cansiglio ed è stata l'unica gara veneta a tappe che ha reso omaggio alla ricorrenza della Grande Guerra, la partenza infatti ha avuto luogo dal Museo della Battaglia di Vittorio Veneto, città della vittoria.

La Marca Trevigiana è terra di ciclismo ed eventi come questo sono la linfa per alimentare nuove adesioni e garantire il futuro alle associazioni che si impegnano su questo fronte.

I giovani atleti hanno bisogno di confronti impegnativi per crescere e maturare e questa tre giorni è stata senz'altro un'opportunità che ha permesso a molti di sperare che loro la passione si trasformi in una vera carriera da professionisti, dando continuità a questo sport. Sicuramente il Trittico Veneto ha consentito a tanti ragazzi, già dal suo esor-

dio e nelle edizioni successive, di poter emergere e di mettersi in bella mostra nel panorama nazionale.

Banca della Marca è stata da sempre al fianco degli organizzatori.

ASD VILLORBA RUGBY

È una Società sportiva che dal 1972, anno di fondazione, ad oggi ha saputo crescere divenendo una tra le prime importanti realtà del settore rugbistico nel triveneto.

Nella stagione 2014/2015 ha tesserato ben 382 atleti suddivisi nelle varie categorie, compresa la prima squadra che milita in serie B. Di questi atleti 357 appartengono al settore maschile e 57 a quello femminile.

La Società ha potuto contare su ben 140 persone che a vario titolo hanno collaborato assiduamente (accompagnatori, allenatori, staff direttivo e di segreteria, medici, fisioterapisti e preparatori atle-



tici). A questi si aggiungono poi tanti volontari che si prestano in ogni situazione. Il grande successo di questa Società sta nell'obiettivo che il Consiglio Direttivo da sempre si è posto: formare «donne e uomini» giocatori trasmettendo loro i valori che sono alla base per far crescere giovani sani e forti, come la lealtà, la condivisione, la correttezza, lo spirito di squadra.

Anche nella stagione 2014/2015 i risultati non sono mancati partecipando a vari campionati ed a tornei federali.

La prima squadra si è classificata al quinto posto del girone della serie B. Il settore femminile ha partecipato al campionato regionale di categoria U14/U16/U18.

L'impegno della Società è continuato organizzando due tornei: il Torneo Marchiol ed il Torneo Six di Marca ed, in più, ha promosso diciotto incontri rivolti ai genitori degli atleti sui seguenti temi: l'alimentazione, la dispercezione e «il peso delle aspettative».



A.S.D. TEAM BOSCO DI ORSAGO

Questa Associazione sportiva ciclistica è di recente costituzione, infatti non ha ancora festeggiato il decennale, ma in questi anni ha saputo concretizzare obiettivi importanti.

È una Società sorta per rafforzare l'ambiente del ciclismo nel nostro territorio partendo dal settore giovanile e ponendosi l'impegno di incentivare nei ragazzi dai sei agli undici anni l'apprendimento di tutti i valori che lo caratterizzano.

Il gareggiare con la bicicletta deve essere un'attività di squadra accompagnata da un forte spirito di collaborazione e, perché no, anche di divertimento. Unita a questo c'è poi un'indispensabile educazione stradale.

Gli atleti aderenti a questa Associazione sono oltre cinquanta, supportati da un consiglio direttivo e dalle loro famiglie che hanno creduto nel Team Bosco non solo dal punto di vista sportivo ma anche sociale.

In questi nove anni di attività non sono mancati i successi, sono stati, infatti, vinti ben sei titoli italiani, dieci regionali e venti provinciali.

Banca della Marca è sempre stata vicina all'Associazione che, oltre a formare nuovi atleti nello sport più sentito e praticato sul territorio, si prefigge anche di pubblicizzare la terra e l'enogastronomia di questo angolo di Veneto.

PALLAVOLO SAN VENDEMIANO

È una Società sportiva che si rivolge al settore femminile. Nella stagione 2014/2015 aveva iscritte sette squadre ed una rappresentativa del mini volley ed ha partecipato ai vari campionati e tornei organizzati dalla FIPAV di Treviso.

I risultati ottenuti dalle atlete sono stati ottimi e meritano di essere elencati:

Campionato Under 12 femminile

1^a classificata nel girone di qualificazione, 2^a qualificata nel girone gold, semifinalista provinciale.

Campionato Under 13 femminile

1^a classificata nel girone di qualificazione, 1^a classificata nel girone eccellenza, campiona provinciale di categoria, vice campiona regionale di categoria, 4^a classificata nel torneo interregionale.

Campionato Under 14 femminile squadra bianca

4^a classificata nel girone di qualificazione
4^a classificata nel girone challenge

Campionato Under 14 femminile squadra rossa

1^a classificata nel girone di qualificazione e nel girone eccellenza, 4^a classificata nel campionato provinciale.

Campionato Under 16 femminile

1^a classificata nel girone di qualificazione e nel girone eccellenza, campiona provinciale di categoria.

Campionato di 3^a divisione femminile

3^a classificata.

Campionato di 1^a divisione femminile

2^a classificata.

Coppa Treviso di 1^a divisione femminile

2^a classificata del proprio girone.

ATLETICA STIORE TREVISO E NUOVA ATLETICA SAN LAZZARO

Le due Società sportive hanno circa duecento iscritti che vanno dai bambini dell'ultimo anno della Scuola dell'Infanzia fino ai sempre verdi atleti delle categorie amatoriali.

Si sono poste l'obiettivo di promuovere l'atletica leggera di base ed agonistica puntando a valorizzare le potenzialità presenti in ciascun iscritto.

Operano in collaborazione con la Federazione Italiana di Atletica Leggera (hanno organizzato i campionati interregionali di corsa su pista), con l'amministrazione comunale di Treviso (Settimana dello sport, Consapevolezza e Corsa dei Tre Quartieri), con l'Associazione Trevigiana Insegnanti di Educazione Fisica (hanno promosso due giornate di convegni su tematiche sportive a Palazzo dei Trecento) e, infine, con l'Ufficio Provinciale di Treviso di Educazione Fisica (hanno allestito i campionati studenteschi su pista a maggio e di corsa campestre a dicembre).

A livello giovanile le due Associazioni sportive dilettantistiche partecipano ognuna con la propria denominazione mentre a livello agonistico difendono i colori dell'Atletica Stiore Treviso.



Nel 2015 la categoria allieve ha conquistato sei podi ai campionati italiani di categoria, impreziositi dal titolo nazionale di Giorgia Niero nel salto indoor con la misura di m 1,80 (che le è valsa la convocazione nella nazionale di categoria superiore). Questa atleta, in estate, ha partecipato ai mondiali allievi in Colombia a Cali.

Nei campionati regionali delle diverse categorie sono stati conquistati quattro titoli, ci sono stati poi quattro secondi e sei terzi posti. Ai campionati provinciali gli/le atleti/e hanno portato a casa tredici ori, sette argenti e quattro bronzi.

Può essere considerata la ciliegina sulla torta il quarto posto ottenuto ai campionati italiani indoor di società nella categoria allieve: il massimo risultato nei quarant'anni di vita dell'Atletica Stiore Treviso.

IL CAMPANILE DEL DUOMO DI SACILE

L'inizio della costruzione del campanile risale al 1568 e la conclusione dei lavori porta la data del 1582. Nel corso dei secoli il manufatto ha subito, oltre al degrado naturale dovuto allo scorrere del tempo, anche danni per vari fatti eccezionali. Nel secolo scorso due furono gli eventi particolari che ne hanno segnato la storia. Durante la prima guerra mondiale, con l'occupazione Austro-Ungarica, il campanile venne privato delle campane e bombardato tanto che alla fine della guerra dovette essere in parte demolito e ricostruito.

Solo nel 1922 poté riassumere l'aspetto originario.

Nel 1976, a seguito del terremoto del Friuli, subì un grave degrado: caddero pezzi di mattoni e di pietra ed iniziò una



preoccupante pendenza. Si intervenne nel 1990 con l'inserimento di micropali nella sottofondazione, con la realizzazione di una struttura metallica interna fino alla sommità del campanile e con il consolidamento della muratura provvedendo alla sostituzione dei mattoni degradati.

Con il trascorrere degli anni sono stati registrati, però, altri guai e si sono resi necessari nuovi lavori di manutenzione, in particolare alla copertura della cuspide dove c'erano anche infiltrazioni d'acqua nella cella campanaria e nell'impianto elettrico.

Nel corso dell'anno 2015 si è quindi intervenuti provvedendo a sostituire i mattoni degradati, rinnovare le fugature, applicare prodotti algicidi per debellare la formazione di muschi ed infestanti ed anche applicare prodotti idrorepellenti per proteggerlo da infiltrazioni d'acqua e dai fenomeni di degrado.

Il campanile è ritornato oggi all'antico splendore.

RESTAURO DELLA PARROCCHIALE DI COLBERTALDO

La manutenzione degli edifici di culto avviene per le Comunità ogni giorno sempre più oneroso perché quasi tutte le parrocchie hanno a disposizione chiese e strutture datate, ricche di opere d'arte e di storia, ma con sulle spalle secoli di vita tanto da richiedere frequenti interventi di restauro conservativo.

I praticanti, oggi sempre meno, e gli appassionati d'arte, spesso curiosi ma non sempre generosi, non riescono più, da soli, a raccogliere fondi per far fronte nemmeno alle urgenze, mettendo così a rischio quanto hanno lasciato le generazioni che ci hanno preceduto che, pur di realizzarle, spesso si sono private anche del boccone per vivere.

Ecco perché le Istituzioni sono chiamate a contribuire alla salvaguardia di questo importante patrimonio, testimonianza della nostra storia e della nostra cultura. Banca della Marca, nel limite delle sue potenzialità, mai si è rifiutata su questo fronte e ne è una testimonianza l'aiuto dato alla Parrocchia di Sant'Andrea Apostolo di Colbertaldo, in comune di Vidor. Con la prescritta autorizzazione della Soprintendenza ai beni architettonici, la parrocchia ha provveduto all'intervento di consolidamento del setto murario di sostegno della chiesa (pulizia dall'apparato vegetale, ripristino della trama muraria, realizzazione della sottofondazione in una zona d'angolo) ed al restauro conservativo del campanile (stuccatura del basamento, sostituzione dei mattoni degradati, sistemazione e stuccatura della cuspide, ricostruzione di parte del cornicione).

Questa è stata per l'intera comunità un'ulteriore dimostrazione che in sinergia si possono fare grandi cose e che



l'attenzione di Banca della Marca non viene mai meno quando si tratta di aiutare a salvare i segni del nostro passato.

ASSOCIAZIONE «DA PONTE A PONTE»

È un'Associazione che coinvolge quattro Comuni della riva sinistra del fiume Piave: Vidor, Moriago della Battaglia, Sernaglia della Battaglia e Susegana, territori che sono stati il luogo di eventi cruciali negli ultimi mesi della Grande Guerra come la Battaglia d'Arresto (10 novembre 1917), la Battaglia del Solstizio (15 giugno 1918) e la Battaglia Finale o di Vittorio Veneto (24 ottobre – 4 novembre 1918).

È sorta nel gennaio 2014 e si è posta come obiettivo lo sviluppo del territorio del Quartier del Piave, nell'ambito della cultura, dell'arte, della storia locale e dell'ambiente in sinergia con le amministrazioni pubbliche, le Aziende e le associazioni locali.

In particolare l'Associazione si è proposta di promuovere nei quattro comuni il percorso della Grande Guerra in vista della commemorazione del centenario, per poi proseguire negli anni successivi; di organizzare attività per la manutenzione del percorso storico; di gestire il sito internet; di promuovere, in sinergia



anche con istituti scolastici ed istituti universitari e le associazioni locali, la conoscenza dei valori storici, culturali e paesaggistici del territorio e, infine, di organizzare eventi sul tema della Grande Guerra.

L'attività è già ben avviata.

Ad esempio, il 27 settembre 2015, sui luoghi «Da Ponte a Ponte» per l'intero giorno c'è stata la partecipazione dei Soci di Marca Solidale.

Ad ottobre, evento che diverrà annuale, è stata organizzata una giornata dedicata interamente al percorso onde permettere ai partecipanti di scoprire la bellezza del Piave e le numerose particolarità storico-artistiche disseminate nei quattro comuni.

Sono state poi programmate diverse conferenze e presentazioni di libri legati al Piave ed alla sua terra (da ricordare il libro di Francesco Maino – premio Calvino 2013 – Einaudi).

LE STUFE SOLARI

Il nostro territorio può essere considerato, senza tema di smentita, una terra di grandi lavoratori e di arguti inventori, oltre ad essere caratterizzato da tanta generosità ed apertura verso coloro che sono in difficoltà, valori spesso occultati da pochi urlatori disinformati.

Una prova della veridicità di questa premessa è senz'altro l'inventore delle stufe che, sfruttando i raggi del sole, sostituiscono in tutto quelle tradizionali: il signor Ottorino Saccon.

Di questo inventore e delle sue idee e progetti ne abbiamo parlato ampiamente sul n. 67 di «Insieme con Fiducia» di maggio 2015, merita però ritornare sull'originalità di questa stufa che è stata pensata e trova utilizzo principalmente nei paesi Africani.

Queste cucine funzionano convogliando i raggi solari in un unico punto tramite parabole realizzate con materiali riciclabili, dove viene posta la pentola e dove si genera una temperatura che supera i 220 °C, in grado quindi di cuocere qualsiasi alimento o di pastorizzare una grande quantità d'acqua. Per ottimizzare la concentrazione del calore, a causa della rotazione terrestre, la parabola va allineata con l'aiuto di un apposito indicatore.

L'installazione è semplice, basta che sia al sole.

Come si è detto, è un'invenzione studiata soprattutto per le popolazioni che vivono in aree con scarsità d'acqua, oltre che di cibo, ideale quindi per il continente africano. Con questo strumento le donne di quel continente migliorano le condizioni di vita non dovendo più faticare alla ricerca della legna e permettendo loro di crearsi una riserva d'acqua potabile attraverso la pastorizzazione.

Oramai ne sono state inviate nei paesi d'Africa ed a Haiti oltre un centinaio all'anno di queste stufe, spese spesso sostenute da Associazioni di volontariato, da benefattori.

Il compito poi del signor Saccon rimane quello di viaggiare per dare le giuste istruzioni per il buon funzionamento dell'invenzione.

INIZIATIVE IN EVIDENZA

Banca della Marca da anni è parte attiva con istituzioni e stakeholder del territorio in ambito sociale al fine di realizzare iniziative e progetti che possano contribuire allo sviluppo del territorio.

In questa sezione sono descritti alcuni esempi di partnership con organizzazioni che hanno contraddistinto l'attività sociale verso la comunità di riferimento.

LAB INN 3.0

Quella del 2015 è la terza edizione di Lab Inn, progetto promosso da Banca della Marca unitamente a dodici comuni del coneglianese, ad Artigianato Trevigiano, a Cofitre, a Confartigianato, a Coldiretti di Treviso ed al Rotary Club Conegliano Vittorio Veneto. Hanno collaborato proficuamente per ottimizzare il percorso il Centro di Imprenditoria Giovanile dell'Università di Verona e Cooperativa Thama.

L'iniziativa ricalca a grandi linee, con i miglioramenti dettati dall'esperienza, quanto fatto in passato ed è stato riproposto un iter di formazione sul mondo del lavoro e sul fare impresa rivolto, in modo totalmente gratuito, ai giovani del territorio di età compresa tra i 18 ed i 35 anni.

La serata di lancio ha avuto luogo il 22 maggio nell'ex convento di San Francesco a Conegliano a cui hanno partecipato più di 150 persone e all'edizione di quest'anno si sono iscritti ben 62 giovani.

Alla presentazione sono intervenuti, portando la loro concreta testimonianza, anche alcuni giovani che grazie alla precedente edizione hanno avviato la loro impresa.

Questo progetto, come ha affermato il dott. Pin, vice-direttore generale intervenuto all'evento lancio, «rappresenta uno degli investimenti più importanti di Banca della Marca per il territorio, ed è finalizzato a far emergere i giovani talenti, coloro cioè che costituiranno il tessuto imprenditoriale del futuro».

Il percorso progettuale si è concluso il 28 novembre e sono stati presi in esame dalla commissione esaminatrice





CLASSIFICA	SETTORE	PROGETTO
1° Soira Bazzo	agroalimentare	Piccolo Veggies for Pots vendita by e-commerce di sementi per orticoltura urbana
2° Amabile De Bortoli	servizi	Come posso aiutarti piattaforma di match tra interventi casalinghi e servizi di vita quotidiana
3° Alberto Zanco	servizio	Erbavoglio piattaforma digitale per crearsi il modello tridimensionale della stanza da arredare/gaming
4° Leonte Gabriella	fashion	Gabrielle Boutique network di negozi «Gabrielle Boutique» con «macchina misura taglie»
5° Alberto Grava	smart city	SMARTlandS servizi di smart city: gestione della sosta nelle città
6° Martina Lorenzet	food	I dolci di Padmini pasticceria di dolci di pastafrolla
7° Alessandro Spagnol	servizio	Gixintime piattaforma per il matching tra domanda ed offerta nel settore della musica live e per la gestione dei concerti
8° Beatrice Tonon	servizio	Up your bike servizio di comunicazione e promozione per la cittadinanza e per le attività commerciali bike sharing
9° Laura Franco	consulenza	La tata aziendale consulenza per l'internazionalizzazione dei nostri prodotti artigianali

i nove business plan individuati a settembre tra le ventidue idee di impresa proposte dagli iscritti. I criteri della commissione hanno mirato a premiare le

proposte più innovative, prontamente realizzabili, attrattive sul mercato e meglio presentate.

A conquistare il primo posto è stato il progetto legato al campo agroalimentare «Piccolo Veggies for Pots» proposto da Soira Bazzo finalizzato alla vendita con e-commerce di sementi per l'orticoltura urbana.

Si è classificata seconda Amabile De Bortoli con il progetto «Come posso aiutarti», piattaforma di match tra interventi casalinghi e servizi di vita quotidiana.

Ad Alberto Zanco è il terzo posto sul podio con il progetto «Erbavoglio», una piattaforma digitale per creare modelli tridimensionali di ambienti da arredare.

A seguire sono state le altre sei idee: Gabriella Leonte con «Gabrielle Bouti-



que», un network di negozi con «macchina misura taglie»;

Alberto Grava con «SMARTLands», servizi di Smart City con gestione della sosta nelle città;

Martina Lorenzet con «I Dolci di Padmini», pasticceria con dolci di pastafrolla; Alessandro Spagnol con il progetto «Gixintime», piattaforma per il matching tra domanda e offerta per la gestione della misura live e la gestione dei concerti; Beatrice Tonon con «Up Your Bike», servizio di comunicazione e promozione per la cittadinanza e per le attività commerciali – Bike Sharing;

Laura Franco con «La Tata Aziendale», consulenza per l'internazionalizzazione dei nostri prodotti artigianali.

I primi tre classificati hanno avuto la possibilità di accedere ad un finanziamento fino a 15.000 euro a tasso e spese zero, garantito da un fondo di garanzia appositamente predisposto dai promotori del progetto e poi a tutti e nove i finalisti è consentito chiedere un finanziamento di secondo livello pari ad un massimo di 40.000 euro a condizioni agevolate.

Le Associazioni di categoria aderenti all'iniziativa assicureranno ai giovani servizi amministrativi e consulenze da parte di tutor specializzati ed inoltre, in sinergia con Banca della Marca, le Associazioni affiancheranno un professionista dedicato allo sviluppo della start up.

In questa terza edizione, per i primi dodici progetti selezionati a settembre è stato organizzato un viaggio premio all'Expo di Milano, finanziato grazie agli sponsor Ascotlc, Maglificio Ambrozzo e Dall'Ava e Veneta Nastri. Inoltre, è stato messo in cantiere un laboratorio di formazione sul tema del potenziamento e sviluppo delle Life Skills per lo sviluppo di abilità e competenze personali utili per il proprio percorso di crescita forma-

tiva, professionale ed umana a cui si sono iscritti 34 giovani.

All'incontro conclusivo del 28 novembre sono stati invitati ed hanno partecipato numerose classi e rappresentanti degli istituti Scolastici Superiori di Conegliano, potenziali partecipanti alle future edizioni di Lab Inn.

Il successo ed i risultati conseguiti ha ampiamente gratificato i promotori che hanno concordato di continuare a portare avanti questo progetto.

FONDAZIONE DI COMUNITÀ SINISTRA PIAVE Onlus

È un'istituzione che ha trovato negli anni una propria ed importante identità, riconosciuta dall'intera comunità del territorio sia per i fini che si è prefissata e sia per il grande impegno che pone per raggiungere gli obiettivi.

Banca della Marca è stata Socio sostenitore istituzionale sin dalla sua fondazione e continua ad esserlo. Ad essa hanno aderito tutti i ventotto Comuni



che fanno parte dell'ULSS 7 di Pieve di Soligo.

È divenuta un valido ammortizzatore sociale che interviene con risposte concrete a fianco delle amministrazioni locali non tralasciando, nel contempo, l'impegno di consolidare nelle nostre Comunità una rete di solidarietà che cerchi con impegno di farsi carico delle situazioni di disagio sociale.

La Fondazione di Comunità mira a promuovere la cultura del dono, valore molto radicato in passato nelle nostre genti ed oggi un po' disatteso, sia per la situazione economica rallentata dalla crisi di questi ultimi anni e sia per un notevole cambiamento del modo di pensare, spinto da tante paure, a volte, innescate ad arte.

La Fondazione di Comunità nel 2015 ha voluto dotarsi del Codice Etico a garanzia della trasparenza del proprio operato. Per finanziarsi e reperire risorse da destinare ai vari progetti la Fondazione ha messo in atto una serie di iniziative che, almeno alcune, meritano di essere ricordate.

La più importante, quella che fa incamerare il 51% dei fondi, rimane la vendita di noci nelle piazze, nei presidi ospedalieri, nei distretti sociosanitari dell'ULSS 7 e nelle filiali di Banca della Marca. Sono stati venduti, con l'ausilio anche di 300 associazioni e di 1000 volontari, ben 6.145 sacchi per un ricavo totale di euro 110.610.

Un altro progetto ha permesso ben 1.500.000 contatti per sensibilizzare la comunità sul tema della violenza sulle donne. Il numero di telefono del centro aiuti violenza è entrato in molte famiglie. Sono stati raccolti euro 15.180.

Con SAVNO è stata avviata una campagna di sensibilizzazione alla salvaguardia dell'ambiente con il recupero dell'olio vegetale esausto. Sono stati coinvolti 10.129 studenti di cinquanta scuole (se ne parla dettagliatamente in altra parte della relazione). L'iniziativa, al suo esordio, ha fatto incassare fondi per euro 889,20. Otto comuni hanno aderito alla campagna perenne «raccolgi l'olio esausto» e l'incasso, pari a 2.378,40 euro, è stato girato alla Fondazione.



In sinergia con alcune aziende del territorio sono state allestite e vendute n. 2017 confezioni di Natale 2015 che hanno generato 17.000 euro di fondi.

L'Electrolux ha concesso in comodato d'uso gratuito mq. 26.000 di terreno da destinare a orti solidali. Questi campi sono stati messi a disposizione di persone seguite dalla Cooperativa Sociale «I tigli 2» per la produzione di ortaggi. Questa operazione ha permesso anche una raccolta fondi di 10.000 euro.

Varie realtà locali poi hanno permesso di concretizzare piccole iniziative a sostegno della Fondazione come la Coop. Ariete che si è impegnata di donare parte dei proventi derivanti dal ristoro e dalla pizza bio; la Pizzeria da Gennaro di Conegliano dona una parte del ricavato della prima settimana di ogni mese; otto comuni hanno promosso iniziative di solidarietà (spettacoli, cene, ecc.); tredici importanti ristoratori del territorio del Piave hanno aderito al progetto «Le Cuche del Piave» sviluppando un'idea per generare solidarietà e nel solo periodo di prova, a dicembre 2015, sono stati raccolti fondi per 3.000 euro.

Altri Enti e privati sono stati i generosi sostenitori della Fondazione. Queste somme hanno permesso di raggiungere nel 2015 il massimo storico dei ricavi: 221.191,00 euro.

Merita sottolineare anche che sono state oltre 250.000 le ore di lavoro messe a disposizione della Fondazione a titolo completamente gratuito dai Componenti il Consiglio di Amministrazione e dai collaboratori.

Gli interventi principali sostenuti vengono qui elencati anche per far capire l'ampio raggio d'azione della Fondazione. Al progetto «Educa.con» (dettagliatamente spiegato in altra parte della relazione) che riguarda interventi formativi

a genitori con figli in età evolutiva sono stati destinati euro 15.000.

Il «Marketing museale», un'esperienza di formazione e di lavoro nei musei del Vittorinese, destinata a persone con disagio psichico, è stato realizzato con 5.000 euro. Un aiuto a quattro persone svantaggiate, per dare loro dignità attraverso il lavoro negli orti solidali è costato euro 10.000.

Per il progetto «da famiglia a famiglia» per costruire fiducia e solidarietà tra famiglie e sostenere i bambini sono serviti euro 5.000.

Per il servizio di trasporto estivo per dare continuità a terapie riabilitative sono stati utilizzati fondi pari a 8.000 euro.

Un sostegno a sei nuclei familiari con minori in situazione di disagio ha visto un utilizzo di fondi per 5.000 euro

La maggior erogazione, fatta in sintonia con la Conferenza dei Sindaci dei 28 Comuni dell'ULSS 7, ammonta a 100.000 euro e riguarda attività istituzionali con inserimenti lavorativi e con borse di studio-lavoro presso aziende e cooperative sociali ed hanno riguardato ben 36 persone con disabilità o con disagio psichico. Complessivamente delle somme rac-



colte negli ultimi cinque anni, oltre 600.000 euro sono stati destinati a progetti di utilità sociale del territorio, e veramente non è poco.

«RACCOGLI L'OLIO E DONI UN TESORO»

«STAMPA E RICICLA»

Gli ideatori dei due progetti si erano prefissati l'obiettivo di dare formazione ecologica nelle scuole del territorio ed è stato ampiamente raggiunto, con risultati al di sopra di ogni attesa.

I due progetti promossi da SAVNO erano sostenuti dal Consiglio di Bacino Sinistra Piave, dalla Fondazione di Comunità Sinistra Piave e da Banca della Marca.

Sensibilizzare i ragazzi sulla necessità di salvaguardare l'ambiente anche con il riciclo dell'olio vegetale esausto, dei toner e delle cartucce esauste è stato sentito dai promotori come un dovere importante per poter formare una coscienza attenta nelle generazioni dei giovani che oggi frequentano il mondo della scuola.

Il progetto «**Raccogli l'olio e doni un tesoro**» era alla prima edizione, ma, nonostante l'inevitabile difficoltà di avvio, ha trovato un'attenzione al di sopra di ogni attesa: hanno partecipato ben 50 scuole, per un totale di 10.129 studenti di tutte le età, dall'infanzia alle superiori, che in una sola settimana (18-23 maggio 2015) hanno raccolto ben 7.410 kg d'olio vegetale esausto.

Un processo più che virtuoso che, oltre a promuovere la cultura del riciclo attraverso la produzione di 6.000 litri di biocarburante, ha generato risorse economiche che sono state interamente devolute alla Fondazione di Comunità Sinistra Piave Onlus per il sostegno di progetti rivolti ai minori.

La scuola che ha raccolto il maggior quantitativo di materiale oleoso, in proporzione al numero totale di studenti del plesso, è stata la primaria di Gorgo al Monticano con 6,594 kg ad alunno. Al secondo posto si è classificata la scuola d'infanzia «A. Pazienza» di Vittorio Veneto con 5 kg pro-capite, seguita dalla scuola primaria di Fossamerlo-San Vendemiano con 3,2 kg. Le altre scuole fino al 10° posto in classifica hanno raccolto quantitativi che si aggirano intorno ai 2 kg per studente.

Ai plessi che si sono classificati ai primi tre posti in graduatoria, grazie all'intervento di Banca della Marca, sono stati assegnati: una lavagna multimediale al primo, un p.c. con stampante al secondo ed un p.c. al terzo. Alle altre otto scuole (al 10° posto c'era un ex aequo) sono stati consegnati altri premi e materiale di consumo.



All'altro progetto «**Stampa e ricicla**», avviato già alcuni anni addietro, hanno partecipato 85 scuole per un totale di



circa 15.000 studenti. Con questa iniziativa è stato possibile rigenerare 2.272 toner e cartucce esauste.

Si sono distinte la scuola primaria Salvadoretti di Santa Lucia di Piave, la scuola media di Orsago e la scuola media di Ponte di Piave. Grazie all'intervento della Cooperativa «Il Grillo» sono stati assegnati una stampante ink-jet, due tastiere e due mouse wireless.

Le premiazioni sono state fatte nella sede della Dama Castellana di Conegliano alla presenza del Presidente di SAVNO, Giacomo De Luca, del Consiglio di Bacino, Gianpaolo Vallardi, della Fondazione di Comunità Sinistra Piave, Fiorenzo Fantinel e di Banca della Marca, Gianpiero Michielin.

EDUCASPORT

Sono promotori di questo progetto i Comuni dell'Area Coneglianese, il CONI C.P. Treviso, l'ULSS n. 7 di Pieve di Soligo e Banca della Marca.

Grazie all'esperienza positiva acquisita nell'ultimo triennio è stata riprogettata l'iniziativa per concretizzare un valido sostegno alle responsabilità educative delle Società Sportive che operano con bambini/e e ragazzi/e del territorio.

Il nuovo progetto si fonda sull'importanza di rinnovare e sostenere la cultura dello sport in ambito giovanile dove corresponsabilità educativa tra adulti, valori, lealtà competenze e rispetto dei bisogni dei ragazzi/atleti vengano messi in primo piano anche per contrastare la tendenza generalizzata della prestazione fine a se stessa, della ricerca del profitto, della vittoria e del successo ad ogni costo.

La pratica sportiva occupa una posizione di tutto rilievo nel tempo libero dei bam-



bini e degli adolescenti. Lo dimostra il rilevante numero di ragazzi e ragazze che praticano in modo continuativo le diverse discipline sportive. L'attività sportiva non costituisce solo un'occasione di apprendimento di abilità motorie ed una pratica salutista ma è anche un contesto di formazione socio-psicologica, affettiva/emozionale e relazionale che contribuisce alla formazione della personalità dei bambini e dei ragazzi e diviene una vera e concreta palestra di regole e di comportamenti sociali.

Il progetto rappresenta una esperienza unica nel suo genere per numero di partecipanti, per il grado di soddisfazione e per la continuità assicurata e rinnovata. Molteplici sono gli obiettivi che il progetto si propone:



1. lo sviluppo delle capacità di gestione del rapporto tra i bisogni del singolo e la squadra e come bilanciare la competitività con la necessità di favorire la pratica sportiva di un numero più alto possibile di ragazzi.



2. Lo sviluppo e la valorizzazione di competenze di team building.



3. La formazione di consapevolezza e di competenze per essere modelli adulti credibili e coerenti anche attraverso la gestione dei conflitti.



•••

4. La gestione dei leader negativi all'interno del gruppo.

•••

5. La decodificazione e l'affrontamento adeguato nelle Società Sportive di casi di disagio evolutivo.

•••

6. Lo sviluppo della cultura dello sport anche come palestra di vita e di buona educazione.

•••

7. La facilitazione del dialogo e la trasferibilità di esperienze positive tra Società Sportive.

La serata di presentazione del progetto ha avuto luogo il 9 novembre 2015 presso il centro culturale di Mareno di Piave a cui hanno aderito numerose Società Sportive dei Comuni dell'Area Coneglianese. Un secondo incontro, che ha affrontato il tema «Team Building e gestione della vittoria e sconfitta», è stato organizzato presso il Teatro Toniolo di Conegliano il 3 dicembre 2015.

EDUCA.CON

Questo progetto, giunto alla seconda edizione, in qualche modo integra quello illustrato in precedenza, denominato Educasport.

In concreto si tratta di tre incontri desti-

nati ai genitori che vogliono costruire insieme la propria identità di educatori in una società assai complessa come quella attuale. È un percorso che permette di accrescere la competenza nelle fasi più importanti della crescita e favorire nei figli lo sviluppo di solidità di vita e di autonomia attraverso le funzioni di incoraggiamento, sostegno, trasferimento di competenze e conoscenze.

Con l'iniziativa si sono volute avvicinare le coppie di genitori del territorio dei ventotto comuni dell'Ulss 7 e la risposta è stata oltremodo soddisfacente visto che sono stati ben 205 i genitori partecipanti. Il progetto era composto da sette moduli formativi (cinque incontri di due ore ciascuno per zona, oltre alla serata d'apertura).

L'obiettivo primario di Educa.con è stato quello di fornire un valido sostegno, permanente e qualificato, all'attività educativa di padri e madri, promuovendo un atteggiamento positivo, in antitesi all'idea che l'educazione rappresenti un problema o spetti ad altri.

In questa seconda edizione il tema era legato alla funzione educativa «Limiti, conflitti e regole», volendo far passare il messaggio che è importante prestare attenzione alla costruzione della propria identità e delle proprie esigenze senza che tutto ciò abbia il sopravvento sul rispetto delle regole.

I partecipanti sono stati accompagnati con un'alternanza di conferenze interattive e laboratori esperienziali nella conoscenza e nell'applicazione dei contenuti condivisi alla propria realtà familiare.

Sono emerse numerose richieste per la continuità del progetto e sono state anche avanzate proposte per nuove tematiche da affrontare, segno questo dell'effettivo alto gradimento ottenuto dall'iniziativa.

INIZIATIVE PER I SOCI

Il mondo bancario sta vivendo anche a livello nazionale una fase storica, a volte difficile, tanto che sono state adottate nuove norme anche per riordinare il Credito Cooperativo.

La cooperazione è stata e rimane un grande punto di forza dell'economia nazionale e lo sarà sempre più fintantoché sarà guidata da persone ricche di valori, al di sopra di ogni sospetto, che si pongono al servizio della Comunità per farla crescere sia economicamente e sia negli ideali di solidarietà e mutualità.

Banca della Marca, partendo come Cassa Rurale dagli iniziali 28 Soci Fondatori del 1895, ha saputo nel tempo aggregare nuove forze in tutto il territorio ove è presente e opera, fino a raggiungere il rilevante numero attuale e con questo consolidare l'Istituzione nell'interesse dell'intera Comunità.

La fidelizzazione del Socio è stata ricercata e costruita da sempre con un impegno costante nella convinzione che una cooperativa di credito, come la nostra, è una ricchezza ed un patrimonio del territorio, oggi come ieri.

I principi ispiratori a cui tende da sempre la nostra Banca sono il cardine per

superare le inevitabili difficoltà, sia interne che nazionali.

Possiamo dire che abbiano cercato di continuare ad essere una realtà vicina al proprio tessuto sociale, ai bisogni della Comunità, solidale con chi è in difficoltà, persone che hanno intrecciato la storia personale con la «piccola» storia paesana.

Essere Socio di questa Istituzione deve continuare ad essere motivo d'orgoglio e mai deve venir meno la convinzione che tuttora la loro Banca locale è al servizio dell'intera Comunità, rispettosa del progetto pensato dai Soci Fondatori.

Certamente i tempi sono cambiati e norme stringenti impongono una diversa elasticità rispetto al passato, quando la parola data valeva tanto quanto un documento scritto.

Essere Socio non significa cercare vantaggi personali ma sentirsi parte di un'Istituzione che ha permesso e permette uno sviluppo sano e duraturo delle imprese, il benessere delle famiglie, la crescita in tutti dei valori che da sempre hanno caratterizzato la nostra gente. Essere presente nella compagine sociale della Banca significa continuare a svolgere quel-





la funzione che il carburante ha per il motore.

Nei Soci mai deve venir meno il compito di vigilare, nel limite delle competenze di ciascuno, sul rispetto delle regole ed esigere che i vertici aziendali mettano in atto tutto quanto è necessario per tener lontana ogni forma di rischio.

Anche nel 2015 la Banca ha riservato per i Soci alcune iniziative finalizzate a creare aggregazione e condivisione degli ideali e dei valori del mondo della cooperazione.

LE GITE

È divenuta ormai una tradizione proporre alla Compagine Sociale alcuni momenti di svago e di crescita culturale andando a visitare quanto di bello è vicino a noi sia in Italia che all'estero.

Con la collaborazione di operatori del settore, che hanno gestito le rispettive iniziative, sono state organizzate quattro gite.



1. Ferrara, festival delle mongolfiere

Una giornata dedicata alla visita del centro storico e al parco Bassani, per poter

assistere anche al festival delle mongolfiere, un evento che prevedeva manifestazioni sportive, aeronautiche, culturali e di spettacolo.



2. Istria

Un intero giorno nella penisola più grande dell'Adriatico popolarmente divisa in Istria blu e Istria verde. L'Istria blu è la zona costiera della penisola, quella verde è l'entroterra, un paradiso per coloro che amano la natura e la tradizione. I paesi visitati sono stati Pinguente (Buzet), Montona (Motovun) e Grisignana (Groznjan). Immane un ricco pranzo a base di pesce e di pregiati frutti di mare.



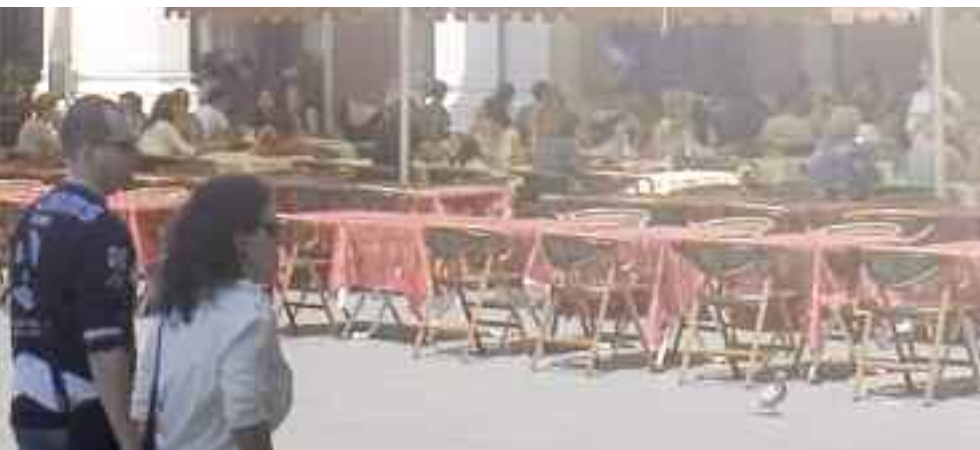
3. Innsbruck

La capitale del Tirolo è uno splendido centro medievale con un panorama montano di rara bellezza. A questa città sono stati dedicati due giorni anche perché ai partecipanti è stata data la possibilità di vivere la magia del mondo dei cristalli Swarovski, il luogo dell'interpretazione artistica del cristallo.



4. Berlino

A questa città, raggiunta con l'aereo, sono stati dedicati tre giorni.





Berlino unisce in un sorprendente equilibrio modernità e tradizione.

Ai partecipanti è stato possibile ammirare quanto di meglio la città offre come Alexanderplatz, la maestosa Gerndarmenmarkt con il Duomo Tedesco e quello Francese, la Postdammer Platz e poi la «Nuova Berlino», quella della ricostruzione, di oggi.

LE CROCIERE

Altro momento atteso di aggregazione, destinato ai Soci ed esteso anche ai Clienti di Banca della Marca, è la proposta di soggiorno e di viaggi che annualmente viene fatta all'inizio dell'anno. Anche quelle del 2015 sono state apprezzate ed hanno trovato un buon riscontro.

Il soggiorno prevedeva otto giorni in Sardegna, nella Costa Smeralda, a Palau presso il Villaggio «IGV Club Santa Chiara»; le due crociere avevano per destinazione: la prima, tra fine febbraio e primi marzo, su Costa Luminosa, il golfo del Messico e la possibilità di visita di Miami, Cozumel, Roatan, Isole Cayman, Ocho Rios in Giamaica, Princess Cays e Nassau nelle Bahamas; la seconda, nella prima metà di ottobre,

su Costa Magica, il Mar Mediterraneo e l'oceano Atlantico con la possibilità di visita di alcune città costiere di Marocco, Spagna, Francia e Portogallo.

LODE AL PROFITTO

Questa iniziativa rimane una tra le più importanti avviate nel tempo, un punto d'orgoglio per la nostra Banca anche perché è stata «ripresa» da altri istituti di credito, e questo può farci solo piacere. Al bando 2015 hanno risposto ben 87 ragazzi figli di Soci che poi sono stati premiati il 4 dicembre presso la Sala convegni della sede di Orsago, alla presenza del Presidente del Consiglio di Amministrazione Gianpiero Michielin e di un folto gruppo di persone. Com'è noto, «Lode al Profitto» premia chi si è contraddistinto nel proprio percorso di studi e promuove la cultura del merito che rappresenta un asse portante per vincere le sfide del futuro. Questo progetto era partito ancora nel 2002 nell'ambito del «Progetto Famiglia» e nel tempo è stato affiancato da altre iniziative destinate ai giovani, ma è rimasto l'unico che ha per destinatarie esclusivamente le famiglie dei componenti la Compagine Sociale.





È ritenuto un vero investimento che trova diverse motivazioni: la trasmissione alle giovani generazioni dei valori del mondo della cooperazione; dare la possibilità ai nuovi talenti che possano mettere a frutto le loro capacità nel territorio; stimolare i ragazzi a continuare con entusiasmo a dedicarsi allo studio ed alla ricerca, o con spirito d'iniziativa alla carriera professionale.

Gli 87 comprendono 22 diplomati, 29 laureati e 36 con laurea specialistica.

A seconda della votazione e del percorso scolastico ai ragazzi sono state consegnate borse di studio che vanno da 150 a 800 euro.

Ai giovani poi è stata data la possibilità di usufruire di alcuni servizi bancari agevolati e della tessera gratuita per un anno di Marca Solidale, la Cassa Mutua del nostro Istituto.

IL GIORNALE «INSIEME CON FIDUCIA»

Il nostro giornale ha continuato ad uscire ogni quattro mesi e, unito a «Informa», il periodico di Marca Solidale, è arrivato in tutte le famiglie dei Soci.

Non ha subito variazioni la linea editoriale, cioè si è continuato a voler rimanere «il giornale della Banca» senza parlare specificatamente dell'attività bancaria che trova le risposte individuali presso gli sportelli.

In ogni numero il primo articolo è stato riservato al pensiero del Presidente del Consiglio di Amministrazione che puntualmente ha relazionato i Soci su tematiche di specifico interesse, sulle iniziative e sulla vita dell'Istituto.

All'interno di ogni numero sono stati affrontati, da professionisti preparati, vari temi non trattati in altre riviste attinenti la società, il territorio, la storia e l'arte.

Nel tempo «Insieme con fiducia» è divenuto un vero periodico di cultura generale ed ha trovato molti estimatori. I Soci sono chiamati a dare opportuni suggerimenti per migliorare ancora questo strumento di dialogo.



IL MONDO DELL'AGRICOLTURA



PROGETTO
AGRICOLTURA
E AMBIENTE

Il 1° aprile 2016 l'ufficio agricoltura e agroambiente ha festeggiato i 10 anni dalla sua nascita. Ufficio, che per il sistema creditizio del nostro istituto ha dato sicuramente una spinta agli investimenti del settore primario, e dall'altra parte ha ridato luce ad un settore che – se non per il nostro istituto – non era mai stato preso in considerazione.



In generale il sistema creditizio aveva visto scomparire la specializzazione su tale settore con le conseguenti difficoltà di capire fino in fondo le esigenze e potenzialità del mondo dell'agricoltura.

Ecco allora che in questi primi 10 anni, l'ufficio agricoltura di Banca della Marca, guidato dal dottor Alberto De Nardi, ha aperto quasi 1.800 nuovi rapporti e gli impieghi per il nostro istituto sono passati dal 3,5% del 2007 a quasi il 15%.

Sicuramente, i risultati ottenuti sono stati possibili anche per l'aiuto di tutti i colleghi delle varie filiali ed anche per le varie iniziative effettuate nel territorio – riunioni, convegni... – con le varie associazioni. Le riunioni e i convegni effettuati sul territorio assieme alle varie associazioni di categoria hanno trattato principalmente il nuovo Piano di Sviluppo Rurale 2014-2020, corsi sui patentini per il trattamento dei prodotti fitosanitari, agevolazioni sul fondo di rotazione tramite Veneto Sviluppo ed altri argomenti di interesse per il settore primario. Iniziative, molto partecipate e che ci hanno permesso di «intercettare» nuovi clienti con un modo diverso di creare il contatto e nello stesso tempo di dare una nuova visibilità al nostro Istituto e al suo modo di operare.

Quindi ancora un balzo in avanti per la fiducia delle aziende agricole. Guardando al contesto generale, dopo la difficile annata del 2014 a causa dell'andamento climatico avverso, il 2015 ha dato segnali incoraggianti per l'agricoltura italiana, grazie alla ripresa dei consumi interni e all'accelerazione dell'export agroalimentare.

Il nostro obiettivo è 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.



MARCA SOLIDALE

Introduzione
a cura del Presidente
Adriano Ceolin

Banca della Marca attraverso la costituzione, nel 2007 di «Marca Solidale – Cassa Mutua» ed al suo successivo, continuo sostegno ha reso possibile l'attuazione formale e concreta a quanto previsto dall'art. 2 del proprio Statuto che tra l'altro riporta «La Società si distingue per il proprio orientamento sociale e per la scelta di costruire il bene comune».

Il numero di Soci della Cassa Mutua continua ad aumentare, denotando il solido apprezzamento da parte dei Clienti della Banca, tanto da collocarla al primo posto come numero di Soci fra le Mutue consorelle a livello nazionale. Infatti il numero di Soci ha recentemente superato le 7.000 unità e continua a progredire.

Tanto successo è dovuto soprattutto alla bontà delle iniziative offerte ai propri Soci ed all'impegno di tutti gli addetti ad attuare concretamente quanto definito dallo scopo sociale.

L'Associazione oltre ad operare ampiamente nel campo sanitario, sviluppa con continuità iniziative di sostegno allo

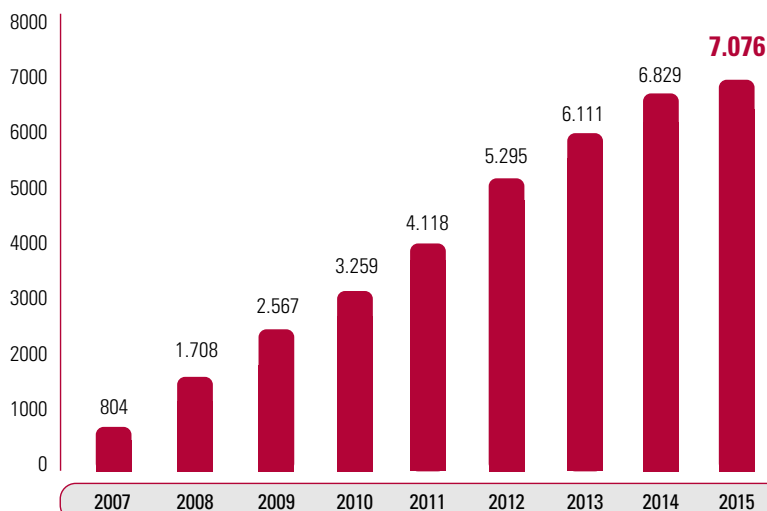
studio ed attività di supporto per corretti stili di vita e di interesse per tutte le fasce d'età.

Marca Solidale infatti propone ai propri Soci, un insieme integrato di iniziative, servizi ed opportunità che si ampliano sempre di più e che spaziano dall'ambito socio-sanitario a quello culturale e ricreativo.

In questi anni di attività, sono stati privilegiati gli aspetti legati alla salute ed alla prevenzione, e si continuerà con questa filosofia, anche se ovviamente ci saranno, sempre di più sviluppi continui sul fronte della cultura e del tempo libero. Iniziative quest'ultime particolarmente rivolte ai giovani e alle persone disponibili e portate ad usufruire di queste opportunità.

Marca Solidale, allo scopo di adeguare la propria comunicazione alle necessità di informazione dei Soci ed in genere dei propri Stakeholder sia sulle iniziative che sulla vita dell'Associazione, ha sviluppato recentemente un Piano di Comunicazione diffuso sia informatico che cartaceo che facilita e velocizza le varie

NUMERO SOCI



SALUTE E BENESSERE

Screening, convenzioni sanitarie, tutela salute, soggiorni termali...

SCREENING

Dermatologico	256
Cardiologico	197
Ortottico	77
Oculistico	201
Tiroideo	167
Esami del sangue	489
Ecografico addome	202
Visita sana costituzione under 18	275
Internistico	92
Totale	1.956

TEMPO LIBERO

Gite, concerti, musei, spettacoli, vacanze, convenzioni...

INIZIATIVE

Abilmente	73
Expo 2015	289
Grande Guerra	50
Terme Ischia	23
Terme Montegrotto	16
Mostra Pittura Vicenza Caravaggio, Van Gogh	32
Totale	483

informative. Il Comipa, il consorzio nazionale delle mutue a cui è associata Marca Solidale, ha effettuato un'indagine statistica finalizzata alla costruzione di indicatori di performance relativi alle Mutue aderenti al Consorzio: l'indagine ha fatto emergere la posizione di eccellenza della nostra Mutua sui parametri più significativi di prestazione.

La mutualità che tra l'altro è estesa ai figli minori e come del resto le iniziative di prevenzione realizzate attraverso gli Screening effettuati presso centri di medicina specializzati e convenzionati, stanno assumendo un'importanza sempre più rilevante, vista la situazione economica generale del Paese.

Marca Solidale ha sempre dato grande peso allo sviluppo delle attività di prevenzione, le quali, oltre a salvaguardare nel tempo la salute delle persone, riducono in prospettiva le spese da sostenere sia a livello personale che statale e quindi creando in generale concreti benefici sia sulla qualità della vita che sul versante economico.

Di seguito sono riportati alcuni dati relativi alle attività ed iniziative più significative svolte nel corso del 2015.

•••

Pratiche di rimborso trattate: 3.485 per un totale rimborsi di 64.852 euro.

•••

Totale partecipazioni a vari screening: 1956 (totale ultimi tre anni di 8.285).

•••

Prestito gratuito 600/800: 96 (dal 2008: 775).

•••

Seggiolino auto per nuovi nati: 120 (dal 2008: 773).

•••

Varie attività culturali e ricreative, come per esempio visite all'Expo 2015 per 289 persone.

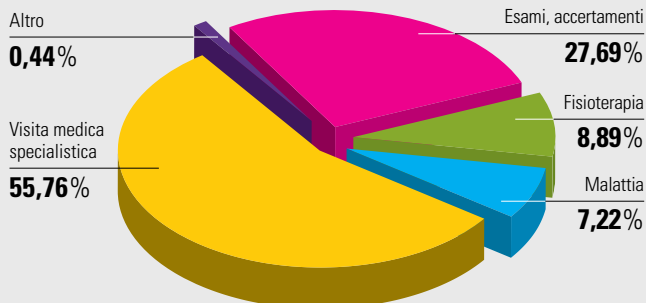
Sono quindi dati importanti che evidenziano l'intensa ed ampia attività della Mutua, tanto da venir collocata ai vertici delle mutue consorelle cioè delle mutue nate su iniziative delle Banche di Credito Cooperativo.

La consistenza complessiva e l'importanza a livello nazionale, aprono a nuove interessanti ed innovative iniziative, che sono in corso di studio e quindi di probabile futuro sviluppo.

SOSTEGNO ALLA PERSONA

Rimborsi visite mediche, finanziamenti a tasso zero per l'educazione dei figli, seggiolini auto, Piani di Risparmio...

RIMBORSI EROGATI	2015
Numero	3.485
Importo (euro)	64.852



SUSSIDI	2015	DAL 2007
Numero Finanziamenti 600/800 a spese zero	96	775
Seggiolini auto nuovi nati	159	773

MARCA SOLIDALE SI RINNOVA E DIVENTA PIÙ «SOCIAL»

Marca Solidale ha saputo negli anni leggere nuovi bisogni, costruire relazioni proficue con gli stakeholder del territorio proponendo iniziative e servizi utili per la prevenzione della salute, la promozione di corretti stili di vita ed il tempo libero.

Allo scopo di migliorare la qualità dei servizi offerti, potenziare la relazione con i propri Soci e promuovere la stessa Cassa Mutua sul territorio, è stato predisposto un nuovo «piano di comunicazione integrata» che prevede lo sviluppo dell'immagine coordinata e l'attivazione di nuovi strumenti di comunicazione.

Il piano di offerta delle iniziative e servizi è stato organizzato in tre gruppi omogenei contraddistinti ciascuno da un colore.

Salute e Benessere: comprende gli screening e tutte le iniziative in ambito sanitario e della prevenzione. Il colore di riferimento è l'azzurro.



seguici su **facebook** 



Tempo libero: caratterizzato dalle attività culturali e ricreative quali le gite, i viaggi, convenzioni per l'attività sportiva ecc. che saranno contraddistinte dal verde.

Sostegno alla persona: di colore giallo, racchiude i servizi di sostegno economico e non solo che la Cassa Mutua mette a disposizione tramite la banca. In questo gruppo si trovano i finanziamenti agevolati per le spese dedicate allo studio ed all'educazione dei figli, il seggiolino auto per i nuovi nati, i piani di risparmio, le soluzioni a protezione della famiglia ecc.

Il marchio è stato associato ad un «co-

dice di stile» uniforme che verrà adattato, a seconda delle necessità con i colori di ogni settore, per tutti gli strumenti di comunicazione, i quali potranno essere utilizzati in relazione al target di riferimento tenendo conto della preferenza dell'utente. Oltre agli sms, il sito internet ed il periodico «Informa» è attiva la pagina Facebook.

Tutte le comunicazioni, ad eccezione degli sms, risponderanno a determinati canoni grafici e stilistici, in modo da garantire uniformità attorno al brand; così che ogni strumento di comunicazione sarà declinato con il colore corrispon-

PIANIFICAZIONE INIZIATIVE 2016

SALUTE E BENESSERE	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
Esami del sangue	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Internistico		•	•									
Intolleranze alimentari		•	•									
Andrologico giovani			•	•								
Dermatologico			•	•								
Angiologico				•	•							
Ortottico						•	•					
Oculistico						•	•					
Sana costituzione junior						•	•		•	•	•	•
Igiene dentale (visita controllo)					•	•	•	•	•	•		
Cardiologico										•	•	
Ecografico addominale											•	•
Gruppo di cammino Conegliano				•	•	•						
Visita medico sportiva (convenzione)	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•

TEMPO LIBERO	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
Viaggio a Roma con Udienza Giubilare 17-18 e 17-18-19 giugno						•						
Arena di Verona, Festival dell'Opera Carmen di Georges Bizet 16 luglio							•					
Gita a Gardaland 18 settembre									•			
Assemblea dei Soci				•								
Terme Ischia										•		
Terme Montegrotto		•	•									
Convenzioni palestre							•	•	•	•	•	•
Piscina Viribus	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•

SOSTEGNO ALLA PERSONA	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
Finanziamento 600 a 0 famiglie						•	•	•	•	•	•	•
Finanziamento 600 a 0 università						•	•	•	•	•	•	•
Finanziamento viaggi studio					•	•	•					
Piani di Risparmio		•	•									
Fondo Pensione: educazione alla previdenza									•	•	•	
Protezione della famiglia					•	•	•					
Seggiolino	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Bonus concerti	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Rimborsi sulle fatture di visite ed esami	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•



dente al settore che comprende l'iniziativa, sia esso cartaceo o virtuale.

In tutte le filiali infine è stato posizionato un «corner» dedicato a Marca Solidale, dotato di tasche che riportano il materiale informativo (volantini delle iniziative, servizi offerti, modulistica ecc.).

Riteniamo che una volta costruita la struttura comunicativa di base si potranno indirizzare le singole iniziative verso il segmento di Soci interessati al fine di massimizzare il valore del piano di offerta, migliorare la qualità dei servizi e promuovere con l'ausilio dei nuovi strumenti i valori ed il benessere per le persone.

Marca Solidale ha realizzato il piano di comunicazione integrata con la collaborazione di Rational Feelings, una delle start up premiate e finanziate dal Lab Inn, progetto realizzato da Banca della Marca per far emergere i giovani imprenditori del territorio.

LE GITE PER I SOCI DI MARCA SOLIDALE

Oltre alle iniziative in ambito sanitario ed a sostegno della persona, anche le proposte per il tempo libero hanno trovato interesse da parte dei Soci, che numerosi hanno partecipato a gite e visite guidate.

Tra tutte, le gite all'EXPO di Milano sono state un'esperienza unica dove chi ha partecipato ha potuto immergersi in un viaggio alla scoperta del pianeta e di come i diversi stati sfruttano le proprie risorse per la produzione alimentare. L'esperienza Expo è stata anche un'occasione per degustare i prodotti tipici di paesi lontani e diversi dalla nostra cultura mediterranea.

Giornata campale è stata quella di domenica 27 settembre per i Soci di Marca Solidale sui luoghi della Grande Guerra. Un percorso a tappe cronologicamente disegnato sui paesi di Vidor, Moriago e Sernaglia per ripercorrere, tappa dopo tappa, eventi, tragedie e speranze che hanno contraddistinto il periodo storico che va da fine ottobre 1917 ad ottobre 1918.

Marca Solidale ed il Cral di Banca della Marca hanno unito le forze per regalare ai propri Soci un week end particolare tra i borghi più belli d'Italia a fine novembre in un'atmosfera natalizia.

Durante il viaggio è stato possibile visitare il castello di Gradara, tra Romagna e Marche, Candelara, una frazione di Pesaro ricca di leggende, tradizioni e storia, concludendo con Sant'Agata Feltria, dove è stato possibile passeggiare a lungo tra le centinaia di bancarelle che proponevano quanto di meglio l'artigianato locale poteva offrire.

Nonostante un itinerario diverso per questo tipo di turismo (solitamente per i mercatini si sceglie i paesi del nord) la meta proposta ha entusiasmato tutto il gruppo dei partecipanti.

Nonostante un itinerario diverso per questo tipo di turismo (solitamente per i mercatini si sceglie i paesi del nord) la meta proposta ha entusiasmato tutto il gruppo dei partecipanti.



SERVIZI BANCA

FORMULA AUTO

Banca della Marca ha realizzato una collaborazione con B.C.C. Assicurazione, al fine di offrire anche online ai propri clienti e Soci, un'assicurazione auto e moto davvero completa e conveniente. Dal sito www.bancadellamarca.it e cliccando sul banner «Formula Auto» si accede ad una pagina dove è possibile compilare il form online in 3 semplici passaggi, ottenere il preventivo personalizzato ed acquistare la polizza. I clienti e Soci di Banca della Marca che si recano nella propria filiale di fiducia con il numero di preventivo della polizza auto o moto possono ottenere uno sconto significativo sulla tariffa indicata.

CREDIPER

il Credito online per tutti

Banca della Marca ha messo a disposizione sul sito www.bancadellamarca.it Crediper Web, un link di accesso ai prestiti personali, per i propri clienti e Soci. Richiedere un finanziamento per acquistare beni e servizi – un'auto, un elettrodomestico, un corso di formazione, ecc, – oppure per affrontare situazioni in cui è necessario disporre di denaro liquido in brevissimo tempo è semplice ed immediato. Cliccando sul banner «Crediper Web» si può inserire l'importo e subito viene visualizzata la rata mensile, uno strumento utile per programmare il rimborso in funzione dei propri flussi in entrata. È anche possibile modificare la durata per meglio personalizzare il proprio rimborso. In pochi passaggi la richiesta viene completata ed inviata al centro elaborazione dati per l'esecuzione. In 48 ore il cliente viene chiamato dal personale della propria filiale per la firma del contratto e l'erogazione dell'importo.

STILE LIBERO, LA SICUREZZA PER FAMIGLIE E IMPRESE

Banca della Marca, da sempre attenta alle esigenze di famiglie e imprese ed in particolare alla loro sicurezza, ha recentemente implementato il proprio catalogo di prodotti assicurativi con le polizze «Stile Libero» di CNP assurances S.A., mettendo così a disposizione della propria clientela alcune tra le più avanzate soluzioni assicurative.

La compagnia CNP, infatti, è molto attenta a rilevare e analizzare le esigenze sempre più complesse e articolate di una società in continua trasformazione offrendo prodotti previdenziali e di risparmio, nonché garanzie mirate alla sicurezza del singolo, della famiglia, degli operatori economici e dei professionisti. Le polizze Stile Libero sono proposte in 2 versioni (con relative «varianti» tecniche). La versione dedicata ai privati consumatori mira alla protezione del tenore di vita dell'Assicurato e della sua famiglia, garantendo un'integrazione del reddito nel caso in cui eventi imprevedibili ne comportino la contrazione. Stile Libero interviene corrispondendo, a seguito di Perdita del Posto di Lavoro, Inabilità Totale e Tempo-



ranea al Lavoro o Ricovero Ospedaliero, un indennizzo mensile predeterminato e scelto dall'Assicurato al momento dell'adesione sulla base delle sue esigenze. Nel caso di Premorienza o Invalidità Permanente, invece, eroga il Capitale definito all'atto della sottoscrizione.

La versione riservata a chi possiede una Partita Iva (Ditte Individuali o Società) intende tutelare il patrimonio aziendale contro eventi che possano compromettere la continuità del «business». In caso di premorienza o invalidità totale permanente della Figura Chiave dell'Azienda, Stile Libero riconosce un capitale utile a far fronte agli impegni presi con Clienti, Fornitori e Banche senza dover intaccare il patrimonio aziendale.

Banca della Marca già da qualche anno collabora e distribuisce i prodotti assicurativi di CNP Assurances S.A., che rappresenta una delle principali realtà nel settore della Bancassicurazione in Europa e fin dal 1991 è leader in Francia nel mercato «linea persone». La Compagnia può contare su 27 milioni di Assicurati e su importanti accordi di «partnership» che le conferiscono una forza distributiva di oltre 20.000 punti vendita. È presente sul mercato italiano dal 2003 con CNP Italia.

VIAGGIARE COMODI È PIÙ FACILE CON IL TELEPASS

I clienti che hanno chiesto il Telepass nel periodo dal 1° giugno fino al 31 agosto 2015 presso Banca della Marca hanno potuto usufruire di 6 mesi di gratuità del canone.

Il Telepass consente di risparmiare tempo in autostrada evitando la fila ai caselli, e può essere utilizzato anche al di fuori della rete autostradale grazie al servizio gratuito che consente di pagare la sosta nei parcheggi aeroportuali, ferroviari e cittadini convenzionati di diverse città italiane.

L'opzione Premium può essere abbinata al Telepass e consente di avere un intero pacchetto di servizi e agevolazioni studiati per tutta la famiglia.

Tra i principali vantaggi:



viaggi in tutta sicurezza con il soccorso stradale gratuito in tutta la rete autostradale per i 2 veicoli con le targhe associate al telepass stesso;



fino al 12% di sconto sul noleggio auto/furgoni in Italia e all'estero;





10% di sconto sui menu al bar e al ristorante in area di servizio (nella rete autostradale);



maxi sconti per i viaggi via mare e per gli ingressi ai parchi di divertimento;



sconti sulla telefonia;



sconti per lo shopping online, negli outlet e per l'acquisto di idee regalo.

Per maggiori informazioni sono disponibili gratuitamente i consulenti specializzati presenti in ognuna delle 37 filiali di Banca della Marca.

MYBANK

pagamenti sicuri in internet

Fin dal 2012 l'Europa ha superato il Nord America nel commercio elettronico con un fatturato di oltre 312 miliardi di euro. La metà della popolazione europea acquista online beni e servizi, e in Italia i compratori online sono 12 milioni con una spesa media annua di 830 euro.

In questo contesto, EBA Clearing – società costituita dalle grandi banche europee che si occupa di sviluppare e innovare i servizi di pagamento paneuropei – ha lanciato MyBank, la propria soluzione per i pagamenti online.

Banca della Marca, da sempre attenta alle esigenze della propria clientela ed in particolare alla sicurezza delle loro transazioni finanziarie, ha aderito al servizio MyBank con lo scopo di fornire ai propri correntisti un ulteriore strumento utile in tal senso e che sia semplice (perché integrato con l'Home banking) e sicuro (perché non è prevista alcuna condivisione dei dati del conto corrente).

MyBank è una soluzione di autorizzazione elettronica che consente a cia-

scun titolare di conto corrente di effettuare in modo sicuro pagamenti nel comparto del commercio elettronico (e-commerce) usando il servizio di online banking della propria banca, acquistando beni e servizi tramite siti convenzionati nell'ambito dell'Area Unica dei Pagamenti in euro.



EFFICIENZA A KM 0

È stato sottoscritto un innovativo accordo di partenariato tra le Banche di Credito Cooperativo della Provincia di Treviso, Ascotrade, azienda trevigiana di gas ed energia elettrica, Confartigianato, CNA e Casartigiani con l'obiettivo di proporre alle famiglie un'offerta integrata per gli interventi di efficientamento energetico, finalizzata a garantire risparmio e qualità.

Oltre alla consulenza, l'accordo prevede la proposta di un pacchetto per la gamma completa dei servizi necessari per la realizzazione dell'intervento, dall'installazione di un nuovo impianto alla manutenzione, dall'estensione della garanzia a cinque anni alla fornitura energetica, fino all'accesso a formule di finanziamento agevolato.

Tutto questo per lo sviluppo della green economy, in linea con gli obiettivi posti dall'Unione Europea.

I cittadini della Marca Trevigiana che decidessero di installare nella propria abitazione una caldaia ad alta efficienza o altro finalizzato al risparmio energetico potranno chiedere la consulenza ad una o più ditte contenute in un catalogo di imprese qualificate che si impegnano a formulare un preventivo studiando la soluzione più adeguata.

Una volta accettato il preventivo, l'intervento verrà realizzato attraverso un finanziamento erogato dalle banche di credito cooperativo con pagamento rateale fino ad un massimo di sette anni a tasso agevolato. L'utente del servizio deve essere o divenire cliente Ascotrade che metterà a disposizione un bonus di 100,00 euro a titolo di compensazione delle spese di istruttoria bancaria.

Il numero verde 800 024 343 ed il sito internet www.ufficienzakmzero.it sono a disposizione dei cittadini interessati al progetto.

FINANZIAMENTO VALORE CASA

Per tutti la casa è il luogo più caro ove vengono conservate le proprie cose e dove vivono i propri affetti, e proprio con questa convinzione è stato studiato da Banca della Marca uno specifico finanziamento che permette, a coloro che lo ritengono utile, di effettuare opere di ristrutturazione o di riqualificazione.

Il ricorso a questo particolare prodotto permette di raggiungere altri obiettivi:



sfruttare gli incentivi fiscali previsti dalla Legge,



aumentare il valore dell'immobile,



ridurre i consumi ottenendo un significativo risparmio sulle bollette,



contribuire alla salute dell'ambiente e del territorio.



«Finanziamento valore casa» è una tipologia di finanziamento sostenibile in quanto impatta minimamente sul potere d'acquisto della famiglia grazie al rimborso Irpef da parte dello stato; inoltre, permette un risparmio in bolletta derivante dal minore consumo energetico (risparmio che va a sostegno del reddito della famiglia); infine, la famiglia ristruttura l'abitazione aumentandone il valore economico e l'efficienza energetica sostenendo solo la metà o meno della spesa effettiva. È un finanziamento agevolato – mutuo chirografario – a medio-lungo termine destinato ai privati consumatori. È finanziabile il 100% della spesa di ristrutturazione e/o di riqualificazione energetica. Può essere scelta una durata fino a cinque anni a tassi più vantaggiosi oppure dai sei ai dieci anni con una modestissima variazione.

Una seconda iniziativa di Banca della Marca, etichettata «operazione casa» risponde ad una chiara e precisa esigenza che emerge dal territorio e propone una risposta concreta a tutte quelle persone che hanno deciso di acquistare o ristrutturare la casa: un mutuo a tasso fisso. Una soluzione che prevede spese d'istruttoria e di perizia altamente competitive. Negli ultimi dieci anni le ristrutturazioni si sono fermate e le compravendite sono diminuite del 61%, ed ecco perché è stato pensato questo mutuo che dà sicurezza ai progetti di vita dei giovani e delle famiglie. Il mutuo a tasso fisso per tutta la sua durata permette al cliente di proteggersi dagli scossoni del mercato e di poter pianificare l'investimento. «Operazione casa» potrebbe rappresentare anche un ottimo volano per il sistema economico locale, riavviare il settore dell'edilizia e divenire un valido aiuto alla nostra economia ed alla ripresa occupazionale che veramente continua ad averne bisogno.



SOLUZIONI ENERGETICHE PER LE AZIENDE

Banca della Marca ha puntato con decisione sul «green» con l'obiettivo di aumentare l'efficienza energetica delle Aziende favorendone il miglioramento dei sistemi di illuminazione attraverso un nuovo pacchetto di servizi e strumenti.

Grazie alla collaborazione avviata con Connecto, società specializzata in servizi energetici e nella gestione integrata delle risorse, la Banca può offrire alle Aziende un mix di finanziamenti agevolati e servizi di check up energetico sui consumi.

Le Aziende potranno ottenere gratuitamente servizi di consulenza energetica e strumenti innovativi per affrontare in modo competitivo una tematica sempre più strategica. In particolare viene posta l'attenzione sui sistemi d'illuminazione e sulla «tecnologia LED», per questi progetti a tutte le Aziende potranno essere forniti piani di finanziamento definiti su misura.

Banca della Marca per questi finanziamenti ha reso disponibile un iniziale plafond di cinque milioni di euro.

Per le Aziende risparmiare il 60% in consumi di energia significa abbattere costi e liberare risorse per altri investimenti a valore aggiunto.

