

VOLKSBANK REPORT 2021

Retrospettiva
sull'esercizio



Volksbank

INDICE

4 / 5 Editoriale

6 / 7 Dati di sintesi

8 / 9 Banca regionale

10 / 11 Il nuovo marchio

12 / 13 Consiglio di amministrazione

14 / 15 Il punto di vista dei Direttori

16 / 17 Azioni & Sostenibilità

18 / 19 Sponsorizzazioni

20 / 21 Stato patrimoniale
& Conto economico

22 / 23 Multicanalità & traguardi

Note:

I termini "cliente" e "azionista" sono da intendere indistintamente per uomini e donne e sono utilizzati ove funzionali alla leggibilità del testo.

Gli arrotondamenti di importi e le percentuali possono originare lievi scostamenti rispetto ai dati non arrotondati.

I dati riportati in questa brochure non costituiscono una linea guida per il futuro.

Dati aggiornati al 31/12/2021
Chiusura redazionale: 30/03/2022

Le fotografie di questa brochure sono state scattate prima della pandemia di Covid-19 oppure nel rispetto delle vigenti norme di sicurezza.

Colophon

Editore: Banca Popolare dell'Alto Adige Spa, via del Macello 55, I-39100 Bolzano, Tel.: +39 0471 996111, www.volksbank.it, azionisti@volksbank.it, **Redazione e traduzioni:** Sabine Pichler, Monica Birello (Team Corporate Communication/Marketing)
Concetto: Exlibris/pigment.visuals **Foto:** Klaus Peterlin, Colin Dutton, Oskar Da Riz



VOLKSBANK È LA BANCA REGIONALE VICINA ALLE PERSONE E ALLE IMPRESE

LUNGIMIRANTE

Prendiamo decisioni in modo responsabile e indipendente e concentriamo le nostre azioni sulle esigenze del futuro.

PRESENTE

Ci piace interagire con le persone, conosciamo le esigenze dei nostri clienti e diamo grande importanza alle relazioni a lungo termine, sicure e affidabili.

DINAMICA

Siamo pragmatici, troviamo soluzioni personalizzate per il cliente, con rispetto, competenza e professionalità.

SEMPLICEMENTE SIAMO QUI CON TE!

GENTILI AZIONISTI,

i risultati annuali 2021 dimostrano che Volksbank ha finalmente riacquisito la forza di un tempo. Nonostante le restrizioni causate dalla pandemia di Covid-19, le collaboratrici e i collaboratori hanno sempre garantito alla clientela un'eccellente qualità del servizio. Ringraziamo tutti i clienti per la fiducia che hanno accordato alla Banca e per la loro collaborazione. Il nostro impegno è quello di implementare

con costanza ed efficacia il Piano industriale "Sustainable 2021-2023", in modo che Volksbank possa affrontare le sfide future.

Nel frattempo il valore contabile dell'azione è salito a 16,9 euro. Grazie al lavoro di tutte le collaboratrici e di tutti i collaboratori possiamo tornare a proporre all'Assemblea del 31 marzo 2022 la distribuzione di un dividendo.



LUKAS LADURNER

Presidente del Consiglio
di amministrazione

*Nella foto (da sn. a ds.): Vicepresidente Giuseppe Padovan,
Vicepresidente Lorenzo Salvà, Presidente Lukas Ladurner.*



ALBERTO NAEF

Direttore generale

Nel 2021 Volksbank ha raggiunto risultati molto soddisfacenti che la proiettano su un livello di eccellenza nel panorama delle Banche Commerciali in Italia. La buona redditività al 9,4 per cento, coniugata alla migliorata efficienza e qualità del credito, hanno incrementato ulteriormente la capacità di generare reddito e la solidità della Banca. La Banca ha svolto con determinazione il suo ruolo di motore di trasformazione dell'economia. Nella fase di ripresa economica del paese, infatti, è sempre stata presente e vicina alla propria clientela con un sostegno tangibile al territorio. Volksbank ha supportato la liquidità erogando oltre 1 miliardo di euro di crediti a famiglie e PMI del Triveneto.

La Banca ha migliorato l'offerta di prodotti e servizi ai suoi clienti, ampliando lo spettro delle soluzioni transazionali, di investimento, finanziamento e assicurazione, e soprattutto migliorando la digitalizzazione dei processi e della sottoscrizione dei prodotti/servizi con la clientela.

Continueremo a perseguire i nostri obiettivi con la serietà, la lungimiranza e il dinamismo che ci contraddistinguono e che i nostri stakeholder riconoscono e apprezzano. Accompagneremo i clienti che condividono i nostri valori anche in futuro e ci prenderemo cura del territorio in cui viviamo e operiamo, rimanendo sempre al fianco delle persone. Il nostro impegno rimarrà quello di contribuire attivamente a rendere più sostenibile la società del Nord Est.

DATI DI SINTESI

Nel 2021 Volksbank ha completato positivamente la prima fase di rilancio della Banca ottenendo un ottimo risultato. Questo successo conferma l'eccellente performance conseguita grazie alla disciplinata implementazione del Piano industriale "Sustainable 2023".

**più di
1 miliardo**

nuovi finanziamenti a famiglie e PMI del Triveneto

assunzione di

102

nuovi collaboratori e collaboratrici

di cui circa la metà sotto i 30 anni

più

**di 70
mln**

risultato netto

Total Capital Ratio (phased-in)

18,2 %

circa 
60.000 soci

8

province

13,3
miliardi di euro
attivo di bilancio

159
filiali



1.335

collaboratrici e collaboratori



586

donne



749

uomini

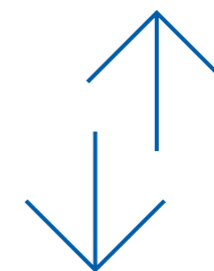


94,0

mln di euro
commissioni nette

9,2

miliardi di euro
impieghi



176,5

mln di euro
margine di interesse

circa **280.000** clienti

VOLKSBANK – RADICATA IN OTTO PROVINCE

Anche se aumentano le possibilità digitali per entrare in contatto con Volksbank, la filiale continua a rimanere un importante punto di riferimento. Attraverso le filiali e i centri di consulenza specializzati, la vicinanza ai clienti aziendali e privati crea un significativo valore aggiunto.

Contrariamente alle tendenze del mercato, nel luglio 2021 Volksbank ha aperto una nuova filiale nel cuore di Vicenza. L'ulteriore presenza su uno dei due mer-

cati storici di Volksbank, è in linea con il progetto di espansione previsto dal Piano industriale. La Banca quindi è ancora più vicina al territorio vicentino dando un segnale forte anche in quanto datore di lavoro. I lavori nella nuova sede della filiale sono stati eseguiti seguendo chiari criteri di sostenibilità e del risparmio energetico. I materiali ecosostenibili di alta qualità e con emissioni di CO₂ contenute, sono stati forniti da aziende del territorio.

242.500

clienti privati

31.400

clienti aziendali

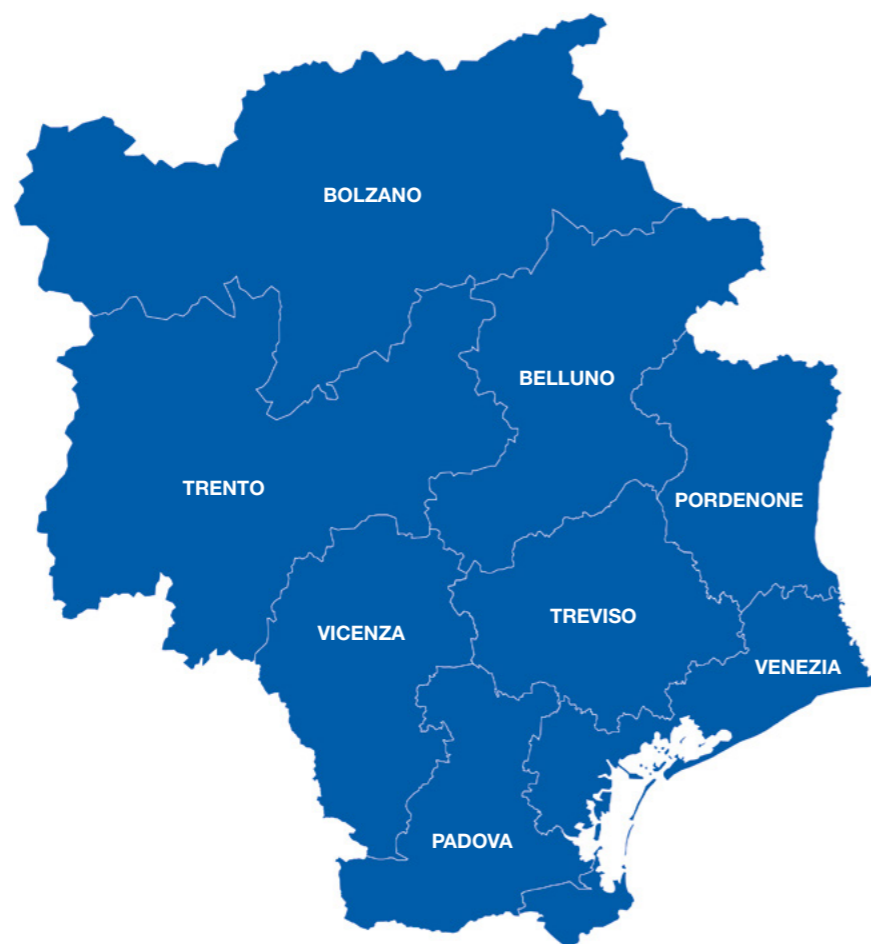
6.300

altri clienti

(associazioni, amm. pubblica, ecc.)

280.200

clienti totali



DICONO I CLIENTI:

Ho scelto Volksbank come partner finanziario,

“... perché offre gli stessi servizi delle grandi banche nazionali, ma punta sul legame con il territorio e sul rapporto personale”.

“ ... perché ho bisogno di un partner pragmatico al mio fianco, pronto a sostenermi nella realizzazione dei miei sogni e progetti e che condivida i miei valori”.

SIGILLO D'ORO PER L'ECCELLENZA DEL SERVIZIO DI VOLKSBANK IN VENETO

Nel 2020 l'Istituto Tedesco Qualità e Finanze ha eletto Volksbank migliore Banca regionale d'Italia per quanto riguarda il servizio offerto ai clienti. Nel dicembre del 2021 lo stesso istituto ha assegnato a Volksbank il sigillo d'oro per l'eccellenza del servizio in Veneto.

L'Istituto Tedesco Qualità e Finanze conduce regolarmente sondaggi sull'eccellenza del servizio e ha confermato l'eccezionale qualità del servizio clienti di Volksbank nella categoria “Banche regionali nel Veneto” assegnando il riconoscimento “Migliori in Italia – Campioni del Servizio 2022”.

Lo studio si basa sull'analisi indipendente di un sondaggio online condotto su circa 250.000 clienti rappresentativi della popolazione italiana in termini di area geografica, genere ed età. I clienti hanno giudicato molto buono il servizio messo a loro dispo-



sizione negli ultimi trentasei mesi. La presenza di Volksbank in Veneto come banca regionale e quinta banca per importanza, dopo i quattro top player a livello nazionale, è molto apprezzata dai clienti.

VOLKSBANK TRA LE 500 “WORLD'S BEST BANKS 2021” CONQUISTA IL TERZO POSTO IN ITALIA

Nella primavera del 2021 Volksbank è stata insignita di un ulteriore riconoscimento. Volksbank è stata infatti inserita da Forbes nella lista delle 500 “World's Best Banks 2021” e ha conquistato il terzo posto in Italia tra le trenta banche classificate.

Il risultato si basa sul sondaggio indipendente “World's Best Banks”, condotto nel 2020 nella sua terza edizione dalla rinomata rivista economica Forbes in collaborazione con “Statista”, la rinomata società di statistica.

Nel sondaggio sono stati coinvolti oltre 43.000 consumatori di ventotto paesi diversi ed è stata valutata la soddisfazione generale dei clienti e la loro disponibilità a raccomandare la propria banca. Inoltre

sono stati anche valutati i seguenti cinque criteri: fiducia, trasparenza, servizio clienti, servizi digitali e consulenza finanziaria.



LO SVILUPPO DEL NUOVO BRAND VOLKSBANK

Il brand Volksbank racchiude qualcosa di più di un semplice logo: riflette la nostra identità e i principi che vogliamo trasmettere nelle interazioni con i nostri stakeholder.

L'11 novembre 2021 – dopo diversi mesi di lavoro – Volksbank ha presentato la nuova strategia del brand in una conferenza stampa a Bolzano. Il nuovo corporate design è espressione di un processo di sviluppo interno. “Nel corso degli anni Volksbank è profondamente cambiata. Ed era quindi giunto il momento di riflettere sulla nostra identità”, afferma il Direttore Generale Alberto Naef.

Volksbank ha una lunga storia alle spalle. L'odierna Volksbank affonda le proprie radici nella “Gewerbliche Spar- und Vorschusskasse”, prima banca cooperativa dell'Alto Adige, fondata nel 1886 da eminenti cittadini di Merano. Tra i 223 soci fondatori si contavano artigiani, medici, commercianti e albergatori. Quasi contemporaneamente alla nascita della banca meranese, anche a Bressanone e a Bolzano furono inaugurate le rispettive “Spar- und Vorschusskassen”.

Il 1° agosto 1992 la fusione della Banca Popolare di Bolzano e della Banca Popolare di Bressanone ha dato vita alla Banca Popolare dell'Alto Adige, alla quale nel luglio del 1995 si è aggiunta la Banca Popolare di Merano. Il 1° aprile del 2015 è entrata poi in vigore la fusione con la ex Banca Popolare di Marostica. Da queste istituzioni storiche, presenti su due importanti mercati, è nata una banca moderna e innovativa. Nel corso di tutti questi anni, Volksbank ha sempre offerto il proprio supporto ai clienti privati e aziendali e ha conquistato un posto fisso all'interno dell'economia altoatesina e dei nuovi bacini d'utenza.

“Quando si è presenti sul mercato da così tanto tempo, è assolutamente naturale riflettere sui propri valori e svilupparli ulteriormente”, afferma Alexa Falk, responsabile dell'unità organizzativa Corporate Communication e Marketing e coordinatrice del progetto inerente alla nuova brand identity.

Il punto di partenza è stato il Piano industriale “Sustainable 2023”, approvato dal Consiglio di amministrazione alla fine del 2020. Il Piano industriale si basa sui punti di forza storici di Volksbank e si pone l'obiettivo di rafforzare la Banca in un contesto in continuo mutamento. Sono stati definiti venti progetti per l'implementazione del Piano industriale. Uno di questi è rappre-



sentato dalla nuova strategia del marchio con il rinnovo del sistema valoriale e la rielaborazione del design, che negli ultimi vent'anni è sempre restato invariato.

“Dopo l'avvicendamento al vertice del management e forti del nostro innovativo Piano industriale, era giunto il momento di inaugurare un nuovo capitolo e lanciare un segno chiaro e percepibile sia all'interno che all'esterno”, sottolinea Alexa Falk. “Le persone sono al centro delle nostre attività e su questa affermazione si fondano i valori espressi nel nostro marchio, perché siamo la banca delle persone, per le persone, con le persone. Il cardine del nostro lavoro quotidiano è rappresentato dal rapporto personale e dalle relazioni di lunga durata e degne di fiducia che intratteniamo con i nostri clienti, anche se la digitalizzazione apre nuovi canali.”

L'identità del marchio è stata sviluppata durante un processo partecipativo che ha coinvolto gruppi di lavoro trasversali composti da uno spaccato delle collaboratrici e dei collaboratori di Volksbank. È stato tenuto conto sia della cultura italiana sia di quella tedesca. È stato possibile condensare gli elementi esistenti che compongono l'identità di Volksbank in tre valori fondamentali del marchio: lungimiranza, presenza e dinamicità. È obiettivo di Volksbank allineare a questi valori la propria futura performance in modo ancora più coerente. “Un brand è la somma di tutte le prestazioni di un'azienda, dietro le quali ci sono sempre le persone e le loro competenze”, sottolinea Alexa Falk.



Passo per passo: le fasi dello sviluppo grafico del nuovo marchio Volksbank.

Il lavoro del Consiglio di amministrazione nel 2021

“SAPREMO DARE IL NOSTRO MEGLIO ANCHE IN FUTURO”



MARGIT TAUBER

Consigliera
Membro del Comitato centrale crediti

Faccio parte del Consiglio di amministrazione di Volksbank da ormai dodici anni e nel corso di tutto questo tempo sono stata partecipe di uno sviluppo straordinario. All'interno del Consiglio di amministrazione ci occupiamo soprattutto di argomenti strategici e normativi. Durante gli ultimi due anni ho fatto parte del Comitato centrale crediti che valuta le richieste di finanziamento delle aziende. Uno dei compiti del Comitato è quello di supportare le aziende in una crescita sana, mantenendo allo stesso tempo sotto controllo il rischio che ne deriva per la Banca. Inoltre è necessario rispettare sia le disposizioni di legge vigenti, sia i nostri regolamenti interni. Naturalmente tutto questo avviene anche nell'interesse degli azionisti in quanto proprietari della Banca. Nel 2021 il lavoro del Consiglio di amministrazione si è concentrato su una serie di progetti tra cui, per esempio, la digitalizzazione, tematica di centrale im-

portanza che da diversi anni rappresenta una priorità all'interno del Piano industriale. La strategia della digitalizzazione comporta investimenti da parte della Banca per il rafforzamento della sicurezza dei dati e lo sviluppo di servizi elettronici. L'obiettivo è ridurre le spese a carico della Banca, automatizzare i processi e stare al passo con i grandi cambiamenti dei nostri tempi.

Devo purtroppo deludere coloro che attribuiscono alla digitalizzazione e all'introduzione dei servizi online il merito di abbattere automaticamente la burocrazia. Oggi la semplice apertura di un conto corrente comporta innumerevoli firme a causa delle prescrizioni normative che devono essere rispettate. Come altre aziende, anche in Volksbank ci troviamo ad affrontare un ricambio generazionale che è ineludibile ma che offre altresì l'opportunità di preparare adeguatamente la Banca per affrontare il futuro. Il Consiglio di amministrazione ha approvato diversi progetti nell'ambito dello sviluppo organizzativo e delle risorse umane, affinché la Banca possa acquisire nuovi talenti e dare loro la possibilità di crescere insieme a noi.

Inoltre nel corso dell'anno scorso il Consiglio di amministrazione ha deliberato il nuovo aspetto grafico del marchio Volksbank. Il progetto è stato realizzato e portato avanti da tutti i partecipanti con energia, impegno e forte passione e trovo che il risultato finale sia straordinario. Volksbank si presenta in una veste moderna, restando però ben radicata nel territorio e con il suo innovativo e lungimirante sguardo puntato verso il futuro.

Voglio infine sottolineare che il merito di questi risultati è di tutte le collaboratrici e di tutti i collaboratori: solo grazie al loro impegno il Consiglio di amministrazione può guardare con grande soddisfazione ai traguardi raggiunti nel 2021. E sono sicura che sapremo dare il nostro meglio anche in futuro.

I consiglieri di amministrazione di Volksbank

“DIETRO LE QUINTE DEL SUCCESSO”

Siamo un gruppo di persone differenti per età, provenienza, genere e competenze; ci rispettiamo gli uni con gli altri e valorizziamo ciò che di buono ognuno di noi può apportare.

Il nostro è un lavoro poco appariscente, condotto con grande rigore e la necessaria riservatezza. Un impegno serio, cadenzato sia da riunioni programmate durante tutto l'anno, sia da una costante condivisione di idee e opinioni, presentate con convinzione sulla base delle rispettive attitudini ma sempre nell'ottica di arrivare a una decisione univoca. Ci siamo impegnati con regolarità anche durante gli ultimi anni di pandemia che ci ha costretto ad adeguarci a modalità di partecipazione alternative, senza mai compromettere la determinazione a ottenere fantastici risultati.

Non mancano certo i confronti serrati, la fatica e la preoccupazione scaturite dall'affrontare scenari complessi e in continua evoluzione: il nostro lavoro, coordinato dal Presidente e in stretta correlazione con il Direttore Generale e i suoi collaboratori, è sempre finalizzato a ottenere il massimo per la nostra Banca, i suoi soci e i suoi clienti.

Il grande impegno profuso in questi anni per l'aggregazione, il consolidamento e lo sviluppo ha portato ai brillanti risultati del 2021, che con particolare orgoglio il Consiglio e la Direzione della Banca hanno potuto comunicare. Noi consiglieri lavoriamo “dietro le quinte” di questo successo, forti dello sforzo unanime di tutti i collaboratori, che si sono posti obiettivi sfidanti e che si impegnano al massimo, orgogliosi di fare parte di una grande squadra. Un orgoglio che ci fa guardare avanti con fiducia e

ottimismo, nonostante i tempi difficili che abbiamo vissuto e stiamo vivendo, determinati a raggiungere i traguardi che ci aspettano.

Solo così possiamo essere, come siamo e saremo, la Banca del territorio, “qui con te”.



GIUSEPPE PADOVAN

Consigliere
Vicepresidente



Tempi particolari richiedono soluzioni adeguate: le riunioni del Consiglio di amministrazione e del Team di direzione si sono svolte nei termini previsti anche nel 2021. Tra i consiglieri fisicamente presenti in sede e i consiglieri collegati digitalmente, la cooperazione e il quorum sono sempre stati garantiti.

IL PUNTO DI VISTA DEI DIRETTORI

Nelle singole Direzioni di Volksbank al centro dell'attenzione ci sono le persone. Persone con la passione di realizzare il meglio, guidate da quei valori che hanno permesso alla Banca di registrare uno dei risultati annuali migliori di sempre e di confermare il proprio posizionamento tra i player bancari più importanti del Triveneto.

”



Alberto Naef

Viviamo in un periodo di grandi cambiamenti, in cui la transizione ecologica ci pone davanti a nuove sfide e richiede uno sforzo congiunto da parte di tutte le istituzioni, anche finanziarie. Riteniamo che la sostenibilità rappresenti una leva importante per le persone e l'ambiente. Per questo, le nostre azioni continueranno a dare un valore aggiunto al territorio. Stiamo già raccogliendo con grande soddisfazione ottimi risultati, come confermato nell'analisi intersettoriale ESG *Evaluation* di Standard & Poor's che a Volksbank ha attribuito un punteggio di 66/100. Nell'ambito del risk management, inoltre, abbiamo integrato valutazioni mirate di tutti quei fattori ambientali, sociali e di *governance* che possono avere un impatto per la Banca e, più in generale, per la comunità.



Stefan Schmidhammer

Alla base delle nostre azioni restano i nostri clienti e i nostri soci. Attraverso un mirato management delle relazioni e tenendo in considerazione il diverso fabbisogno delle singole persone e delle piccole e medie imprese nel nostro bacino d'utenza, siamo stati in grado di acquisire nuove quote di mercato e di crescere ulteriormente in tutto il nostro territorio. Nel 2021 i punti focali sono stati le assicurazioni, la previdenza e il "gestito", ovvero i mezzi amministrati della clientela che anche in futuro resteranno tematiche importanti. In questo senso riscontriamo un crescente interesse da parte dei clienti per la sostenibilità, soprattutto quando si tratta di scegliere il fondo migliore in cui investire i propri risparmi. Già a partire da piccoli importi i piani di risparmio sono concepiti per mettere da parte a lungo termine un prezioso capitale e con soddisfazione constatiamo che la scelta cade prevalentemente su fondi che investono in aziende lungimiranti e responsabili sia ambientalmente che socialmente.



Martin Schweitzer

Nonostante il 2021 sia stato un anno difficile, è stato possibile rafforzare il core business, la redditività e il capitale, così come previsto dal Piano industriale. Il rendimento straordinario del settore finanze

ha portato al migliore risultato annuale di sempre e contemporaneamente a una riduzione del rischio. La Banca è ben preparata ad affrontare l'inflazione, la trasformazione energetica, la variazione della struttura degli interessi per poter contribuire allo sviluppo sostenibile del territorio in modo ancora più significativo. Sono particolarmente soddisfatto del fatto che le valutazioni sia finanziarie che di sostenibilità delle agenzie di rating abbiano premiato le scelte e il percorso intrapreso da Volksbank.



Thomas Walter Kofler

In accordo con l'orientamento strategico e con le linee guida relative al credito sostenibile (*ESG Credit Framework*) Volksbank supporta aziende locali del settore agrario e alimentare, tra l'altro per quanto riguarda investimenti in soluzioni sostenibili dal punto di vista economico ed ecologico. Lo stesso vale per le aziende che vogliono passare dalle tradizionali e inquinanti fonti energetiche o di approvvigionamento di materie prime a soluzioni sostenibili e rinnovabili (decarbonizzazione). Volksbank appoggia inoltre aziende che accelerano l'introduzione dell'economia circolare nei processi di produzione, ovvero che hanno intenzione di sviluppare prodotti riciclabili, di aumentare la durata del ciclo di vita di un prodotto, di minimizzare la quantità di materie prime necessarie, di ridurre la quantità di rifiuti smaltiti o di incentivare metodi di produzione o di consumo innovativi. Un esempio di economia circolare perfetta? Un'azienda veneta – nostra cliente – che utilizza gli scarti della lavorazione di cereali, legumi e sementi per ottenere la materia prima necessaria per le confezioni nelle quali viene commercializzato il prodotto finale.



Georg Mair am Tinkhof

Siamo convinti che soprattutto nel settore dei servizi, la persona e il rapporto personale facciano la differenza. Le tecnologie digitali rendono le relazioni con i nostri clienti più semplici e più attente alle loro esigenze. La pandemia ha accelerato l'utilizzo dell'offerta digitale della Banca, soprattutto nell'ambito del mobile banking (App) e dei sistemi di pagamento. Abbiamo infatti registrato un'ulteriore crescita dei pagamenti "contactless" con carta e smartphone. Con soddisfazione rileviamo che i clienti approfittano sempre più spesso della possibilità di firmare i contratti digitalmente attraverso la nostra App. Lo svolgimento di transazioni bancarie e il relativo scambio di corrispondenza in forma non-cartacea nonché la trasmissione digitale della documentazione, rappresentano un segno concreto a favore della sostenibilità. Purtroppo la digitalizzazione comporta l'aumento della criminalità informatica. Volksbank investe costantemente nel rafforzamento della sicurezza informatica e in svariate iniziative di formazione sul comportamento digitale responsabile; sensibilizza inoltre i propri collaboratori e i clienti sull'importanza di restare sempre vigili e attenti.

“

LE AZIONI VOLKSBANK

L'eccellente performance di Volksbank, già evidenziata nel primo semestre dell'anno, è stata confermata dal risultato finale del 2021.

Con una redditività del 9,4 per cento Volksbank si posiziona su un livello di eccellenza nel panorama delle banche commerciali in Italia. Volksbank dispone oggi di oltre 250 milioni di euro di capitale primario eccedente i limiti regolamentari, con un coefficiente patrimoniale primario (CET1 phased-in) del 15,7 per cento. La Banca ha incrementato la propria solidità e il patrimonio netto ha registrato una crescita pari a 816 milioni di euro. Grazie all'aumentato patrimonio – con 50,5 milioni di azioni Volksbank in circolazione – il valore contabile dell'azione è salito a 16,9 euro.

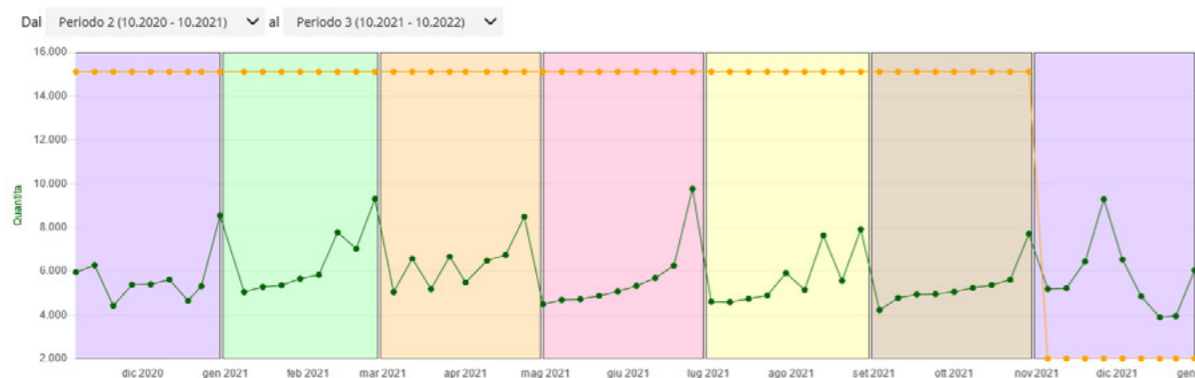
Il prezzo dell'azione sulla piattaforma di negoziazione Hi-MTF, segmento order driven, si attesta tuttavia molto al di sotto di questo valore: questo dipende dagli ordini di acquisto e vendita inseriti dagli azionisti stessi. La sfiducia generale che ha gravato sull'intero settore bancario negli ultimi anni ha avuto ripercussioni negative sull'umore degli azionisti. Proprio quest'ultimi hanno però un'influenza decisiva sugli sviluppi della piattaforma. Per quanto riguarda l'inserimento degli ordini da parte degli azionisti, oltre agli oggettivi dati fondamentali, spesso giocano un ruolo importante anche vari aspetti psicologici. Ottenere buoni risultati è il mezzo più valido a disposizione della Banca per rafforzare la fiducia di chi vuole investire nell'azienda e nelle azioni. Con la fiducia anche i risultati raggiunti vengono interpretati come un'opportunità.



Dati statistici – Azione Volksbank

Banca Popolare dell'Alto Adige S.p.A.

Dati statistici (IT0003458640)



Fonte: Hi-MTF

Il regolamento di Hi-MTF prevede che in ogni periodo bimestrale intermedio debba essere negoziato un volume minimo pari almeno allo 0,1% delle azioni in circolazione (nel nostro caso 50.499 azioni) perché le bande di oscillazione rimangano invariate. In caso contrario la banda si allarga per far sì che domanda e offerta possano incrociarsi.

VOLKSBANK CREA VALORE AGGIUNTO

La responsabilità sociale di Volksbank in qualità di Banca solida e profondamente radicata nel territorio si esprime in diversi ambiti di sostegno all'economia locale: nella sua funzione di erogatore di credito, di datore di lavoro e di contribuente.

La Banca pone al centro della propria attività il costante miglioramento del servizio alla clientela. I risultati raggiunti segnano un momento importante nell'opera di rilancio di Volksbank, opera che viene portata avanti con ferma determinazione. I risultati conseguiti confermano l'impegno di supporto a famiglie e imprese e consentono alla Banca di svolgere un ruolo ancora più attivo nell'economia del Nord Est, dando soddisfazione a tutti gli stakeholders – clienti, dipendenti, territori, fornitori e azionisti. In tutto questo la sostenibilità è un principio importante e si rispecchia in tutti e tre i valori fondamentali del marchio:

- **Lungimiranza:** significa che le decisioni prese sono volte a tutelare l'ambiente e a trovare soluzioni eticamente responsabili per soddisfare le esigenze attuali e future della comunità del territorio.
- **Presenza:** include tra l'altro l'importanza data alle relazioni affidabili a lungo termine e al fatto che Volksbank è fortemente radicata nel suo bacino d'utenza.
- **Dinamismo:** è anche la premura nell'agire in completa trasparenza e nel garantire una buona governance che contribuisca ad aumentare la credibilità e l'affidabilità con cui Volksbank viene percepita.

Prospetto valore aggiunto*	2021	2020
Valore economico distribuito ai fornitori	52.250	55.656
Valore economico distribuito ai dipendenti e ai collaboratori	101.382	93.038
Valore economico distribuito agli azionisti	28.998	0
Valore economico distribuito all'amministrazione centrale e periferica	42.527	21.515
Valore economico distribuito alla collettività e all'ambiente	643	603
Valore aggiunto complessivo distribuito	225.800	170.812

*in migliaia di euro



Dichiarazione di carattere non finanziario 2021

Il dettaglio della Dichiarazione Non Finanziaria su www.volksbank.it/it/investor-relations/bilanci



Report Sostenibilità 2021

Il dettaglio del report Sostenibilità 2021 su www.volksbank.it/it/banca/sostenibilita

VOLKSBANK COME SPONSOR

Nelle sue iniziative di sponsoring, Volksbank sostiene non solo attività sportive, ma anche culturali e sociali. Le sponsorizzazioni sostengono le attività volte a rafforzare e implementare la formazione, la crescita, l'impegno, e a favorire lo stare insieme e la coesione fra le persone sul territorio.



“STRONGER THAN YESTERDAY”

Tobias Brighenti, nato a Bolzano nel 1996, è il capitano dei Cavaliers Hockey Unterland, vincitori della Coppa Italia 2021-2022. In questa intervista ci svela quanto sia importante la forza mentale in uno sport fisicamente duro come l'hockey su ghiaccio.

Nel lavoro, così come nello sport, a volte può anche capitare di fallire. Come reagisci di fronte a una sconfitta o quando qualcosa va storto?

Nello sport le sconfitte e gli errori sono all'ordine del giorno. Il tempo a disposizione tra una partita e l'altra è piuttosto breve ed è quindi fondamentale gestirlo nel modo giusto. Come nella vita anche nello sport

l'importante è sempre riuscire a imparare dai propri errori. Gli errori e le sconfitte sono una parte essenziale della crescita di ogni atleta.

Questo è uno sport che non richiede solo potenza e muscoli; tu come alleni la tua forza mentale?

La forza mentale è un requisito fondamentale per il successo nello sport. Soprattutto nello sport professionale ogni piccolo errore viene punito e può essere decisivo per determinare la vittoria o la sconfitta. Pertanto, è necessario essere sempre concentrati al 100 per cento e non perdere mai la testa. Soprattutto il peso di grandi responsabilità o di dover conseguire obiettivi importanti può ostacolarci o renderci insicuri. Nell'hockey su ghiaccio cerchiamo di scomporre il nostro obiettivo stagionale in tanti piccoli obiettivi parziali. Per noi vale pensarla così: cambio dopo cambio, tempo dopo tempo e partita dopo partita! [NdR: una partita di hockey su ghiaccio è divisa in tre tempi di 20 minuti ciascuno]. Ecco perché il motto dei Cavaliers è: “Stronger than yesterday”.

Qual è – in relazione all'hockey – il tuo rapporto con la sostenibilità?

La sostenibilità è un argomento sempre più importante al giorno d'oggi. L'hockey su ghiaccio non si occupa direttamente di sostenibilità, ma noi giocatori facciamo comunque attenzione alla nostra impronta ecologica; per esempio i giocatori che abitano nello stesso paese si recano agli allenamenti quotidiani in carpooling e quando andiamo in trasferta, di solito, viaggiamo in minibus o pullman. Per noi atleti anche l'alimentazione gioca un ruolo fondamentale e in questo caso, cerchiamo di scegliere principalmente prodotti locali e stagionali.



“L'ARTE DI SAPERSI ARRANGIARE”

Secondo la schiacciatrice dell'Anthea Vicenza Volley Jasmine Rossini – nata a Bollate in provincia di Milano nel 1992, un metro e ottanta di altezza – lo sport insegna a maturare più in fretta.

Nello sport come nel lavoro non sempre si riescono a ottenere risultati di eccellenza. Quanta importanza va data al fallimento?

Credo che il fallimento metta alla prova la persona sia nel lavoro, sia nello sport. Certo, dai risultati di eccellenza si possono trarre soddisfazioni e voglia di continuare a fare sempre meglio, ma i fallimenti insegnano la strada da intraprendere, ci fanno capire qual è la decisione più giusta per noi. Affrontando questi momenti si capisce di che “pasta” si è fatti. Il fallimento a mio parere è il più grande degli insegnamenti: ti mette davanti a te stessa, capisci in cosa puoi aver sbagliato e migliori grazie a questo.

In che modo lo sport ti aiuta a entrare in sintonia con te stessa per ottenere risultati migliori anche nel lavoro/studio e nella vita?

Lo sport presuppone molto sacrificio ed è giusto ammetterlo, a me ha aiutato a livello umano. Ti devi confrontare con ragazze caratterialmente diverse da te e di varie età, devi rispettare e ovviamente far rispettare la tua persona, il tuo modo di essere, ma allo stesso tempo convivere nella maniera migliore

con il team. In questo modo si matura più in fretta. Come dice sempre mia mamma, la lontananza da casa permette di sviluppare “l'arte di sapersi arrangiare”. Credo che sia proprio questa arte che sto facendo mia e che adatterò anche nel mio futuro lavoro.

Che ruolo ha la sostenibilità nel tuo allenamento e nella tua alimentazione?

Il ruolo della sostenibilità per me è molto importante. Da qualche anno non utilizzo più le bottigliette di plastica ma ho con me la borraccia che posso riutilizzare e sono contenta quando vedo qualche compagna fare come me. Nell'alimentazione cerco sempre di ridurre al minimo indispensabile l'uso di prodotti nocivi per l'ambiente. Non mi considero un'esagerata ma credo che tutti dovrebbero dare il proprio contributo, per esempio facendo un po' più attenzione a cosa si compra.

SPONSORIZZAZIONE 2021

308.000 €

Fondazione Banca Popolare
di Marostica

711.000 €

Sponsorizzazione

223.000 €

Sponsorizzazione locale

206.000 €

Donazioni

1.448.000 €

Totale sponsorizzazioni

STATO PATRIMONIALE

Attività (dati in migliaia di euro)	31.12.2021	31.12.2020
Finanziamenti verso banche	1.597.696	692.399
Finanziamenti verso clientela	7.495.896	7.408.186
a) Crediti verso clientela valutati al costo ammortizzato	7.466.817	7.374.600
b) Crediti verso clientela valutati al fair value OCI e con fair value a conto economico	29.079	33.586
Attività finanziarie valutate al costo ammortizzato che non costituiscono finanziamenti	2.870.430	2.255.581
Attività finanziarie valutate al fair value con impatto a conto economico	93.730	104.513
Attività finanziarie valutate al fair value OCI	680.921	597.473
Partecipazioni	5.278	5.168
Attività materiali e immateriali	151.031	160.226
- beni di proprietà	133.401	141.219
- diritti d'uso	17.630	19.007
Attività fiscali	149.630	171.756
Attività non correnti e gruppi di attività in via di dismissione	4.408	15.544
Altre attività	234.370	215.018
Totale dell'attivo	13.283.392	11.625.864
Passività e patrimonio netto (dati in migliaia di euro)	31.12.2021	31.12.2020
Debiti verso banche al costo ammortizzato	2.668.837	1.972.837
Debiti verso clientela al costo ammortizzato e titoli in circolazione	9.469.263	8.582.524
Passività finanziarie di negoziazione	60	1.783
Passività finanziarie designate al fair value	-	-
Passività fiscali	18.805	27.046
Passività associate ad attività in via di dismissione	-	-
Altre voci del passivo	256.878	242.572
Fondi per rischi ed oneri	37.537	35.040
- di cui: impegni e garanzie rilasciate	7.631	6.109
Capitale	201.994	201.994
Riserve	557.566	543.935
Riserve da valutazione	2.376	2.118
Strumenti di capitale	-	-
Utile (Perdita) d'esercizio (+/-)	70.076	16.015
Totale del passivo e del patrimonio netto	13.283.392	11.625.864

CONTO ECONOMICO

Voci del conto economico riclassificato (dati in migliaia di euro)	31.12.2021	31.12.2020
Margine di interesse	176.521	172.663
Commissioni nette	93.994	84.018
Primo margine	270.515	256.681
Risultato netto finanziario	48.624	6.853
Altri oneri/proventi di gestione	2.088	1.941
Altri proventi operativi	50.712	8.794
Proventi operativi netti	321.227	265.475
Spese per il personale	(101.382)	(93.000)
Spese amministrative	(52.918)	(52.850)
Risultato netto delle attività materiali ed immateriali	(12.933)	(13.983)
Costi operativi	(167.233)	(159.833)
Risultato della gestione operativa	153.994	105.642
Rettifiche nette su finanziamenti a clientela	(54.568)	(63.617)
Rettifiche su altre attività e passività	(3.746)	(8.002)
Utili (Perdite) da cessione di partecipazioni ed investimenti	(271)	187
Tributi ed oneri riguardanti il sistema bancario	(13.528)	(11.806)
Accantonamenti netti ai fondi per rischi e oneri	(3.430)	(1.302)
Risultato lordo dell'operatività corrente	78.451	21.102
Imposte sul reddito	(8.376)	(5.084)
Utile (Perdita) d'esercizio	70.075	16.018

I SERVIZI BANCARI E FINANZIARI VIAGGIANO SU NUMEROSI CANALI

Qual è la soluzione per risparmiare tempo e avere maggiore convenienza? Multichannel! Non è solo una parola alla moda, ma la somma delle tradizionali filiali più altri canali, anche digitali. Volksbank

entra in relazione con le sue clienti e i suoi clienti attraverso una grande varietà di punti di contatto, mantenendo però sempre un approccio personalizzato e individuale.

CONTACT CENTER

181.400 contatti individuali (telefono + e-mail)

8 nuove collaboratrici e nuovi collaboratori entrati nel team Contact Center



UTILIZZO APP VOLKSBANK



sistema di autorizzazione Token:

105.045
attivazioni



notifiche push:

83.054
attivazioni



impronta digitale/Face ID:

66.385
attivazioni

FIRMA DIGITALE



La FOL – firma online – è stata attivata da **12.347** persone e facilita la firma di documenti a distanza. Nel 2021 circa **10.000** documenti sono già stati firmati online.

ALTRI FATTI IMPORTANTI DEL 2021

VOLKSBANK BRAND AWARENESS

L'indagine condotta da Totenext intervistando 1.165 clienti privati e 300 clienti aziendali nelle province del Veneto e del Trentino ha raggiunto ottimi risultati riguardo a soddisfazione e tasso di conversione tra chi conosce la nostra Banca e la sceglie. Volksbank rientra tra le prime tre per quanto riguarda il BCS (*Bank Choice Score* – propensione a scegliere la propria banca come la migliore) e il NPS (*Net Promoter Score* – soddisfazione collegata alla probabilità di consigliare un prodotto/servizio ad altri).

CRESCITA SIGNIFICATIVA DELLE MASSE AMMINISTRATE

Durante il mese di luglio 2021, il volume delle masse amministrato ha superato per la prima volta i 20 miliardi di euro ed è la prova dell'eccellente lavoro svolto.

SONDAGGIO VICTOR

La partecipazione al sondaggio Victor nel marzo del 2021 non è mai stata così alta: le risposte dei circa 19.300 clienti privati e dei quasi 2.300 clienti aziendali garantiscono risultati molto validi e affidabili. È stato rilevato un incremento nella soddisfazione globale della clientela e nell'utilizzo dei canali digitali. In salita anche la soddisfazione per la App di Volksbank che è aumentata dal 56,5 per cento nel 2018 e dal 51,7 per cento nel 2019, al 59,6 per cento nel 2021.

PIANO INDUSTRIALE “SUSTAINABLE 2023”

I risultati raggiunti nel 2021 confermano l'ottima performance e sono frutto della bontà del Piano industriale e la sua disciplinata implementazione. Volksbank continua il suo percorso verso una banca sostenibile, focalizzata sui segmenti del retail e delle piccole e medie imprese del Nord Est, mantenendo un profilo di eccellenza nel rapporto con la clientela. Tutte le collaboratrici e tutti i collaboratori sono parte attiva di questo motore di trasformazione per l'economia nel bacino d'utenza.



MASSIMO RICONOSCIMENTO NELL'AUDIT FAMIGLIAELAVORO

Nel novembre 2021, Volksbank ha ottenuto il massimo riconoscimento nell'audit famigliaelavoro. Oltre a promuovere soluzioni per un migliore equilibrio tra famiglia e lavoro, Volksbank favorisce la pianificazione della carriera tenendo conto delle fasi di vita delle collaboratrici e dei collaboratori.

