



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI  
DI NAPOLI FEDERICO II



FEDERAZIONE BANCHE DI COMUNITÀ  
CREDITO COOPERATIVO  
CAMPANIA CALABRIA



DIPARTIMENTO DI  
Economia, Management, Istituzioni

## Analisi del posizionamento competitivo della “Marca BCC” e definizione delle azioni evolutive

**Napoli, 25 Novembre 2022, ore 10:00**

*Aula Magna “Carlo Ciliberto” - Università degli Studi di Napoli Federico II  
Complesso Monte Sant’Angelo - Napoli*



Care Amiche, Cari Amici, Illustri Ospiti,

la **“Marca”** racchiude in sé un insieme di elementi, tra cui i valori che ispirano e segnano il carattere distintivo delle aziende.

I **Valori** sono alla base della nascita e della vita di una Banca di Credito Cooperativo, un modello organizzativo di banca con radici antiche e forti che ha superato avversità politiche, economiche e sociali. Un progetto ambizioso che parte dai fabbisogni delle Comunità che si mettono insieme per realizzare scopi comuni e la cui missione comprende lo sviluppo economico dei propri soci, clienti e dei territori, come ripreso dell'art. 2 dello statuto di ogni BCC.

La **“Marca”** è espressione dei valori di una organizzazione, in quanto rappresenta quello che siamo stati, quello che siamo e quello vogliamo essere. Per tale motivo abbiamo pensato di iniziare uno studio per comprendere il nostro posizionamento competitivo e le azioni evolutive necessarie per riaffermare, attraverso la **“Marca”**, la nostra identità di Banche di Comunità, la nostra “biodiversità” che ci fa Banche originali.

Grazie alla preziosa collaborazione con l'Università degli Studi di Napoli Federico II, abbiamo realizzato uno studio con una doppia valenza, quella valoriale e quella di mercato, perché l'una è funzione dell'altra. Un lavoro realizzato in modo scientifico, con la prospettiva dell'osservatore esterno, che non conosce profondamente il Credito Cooperativo; e questo, a nostro avviso, ne rafforza l'esito perché è un lavoro compiuto in piena autonomia, con vista curiosa, permettendo agli autori di apprezzare i nostri tratti distintivi.

Rafforzare la **“Marca”** significa, a nostro avviso, rappresentare al meglio il modello di Banche di Comunità, palesandone i valori, i sentimenti, le emozioni e la passione nei confronti dei nostri soci, clienti, degli operatori dei territori con i quali ci confrontiamo quotidianamente.

Dobbiamo continuare a riaffermare il nostro “peculiare” modello di Banca, nella consapevolezza che, anche nel cambiamento, è necessario rimanere ancorati alle proprie radici, alla propria mission, continuando a lavorare per creare valore per le nostre **Comunità**.

Avere consapevolezza, maggiori conoscenze e accogliere contributi, che ci aspettiamo, permetteranno, ne siamo certi, di affrontare con maggiore determinazione le crisi che ormai si succedono l'una dopo l'altra.

È opinione dei tanti, che trattano delle dinamiche sociali, industriali e tecnologiche, che viviamo in un contesto di “permacrisis”, nel quale le nuove tecnologie, che si evolvono più rapidamente della politica e delle organizzazioni aziendali, governano tutto attraverso “algoritmi” gestiti da pochi soggetti sempre più potenti.

Algoritmo significa “metodo o procedimento matematico per la risoluzione di un problema”. Ma il solo algoritmo non basta per la soluzione dei problemi delle persone e delle Comunità. Aggiungerei un ulteriore termine per la soluzione dei problemi: l'**aloretica**. Una nozione frutto di riflessioni di un francescano, Paolo Benanti, che pone al centro l'Etica, aspetto importante per il Santo di Assisi, nel rapporto con le tecnologie.

Perché Etica? Perché l'algoritmo da solo non riesce a risolvere i problemi in quanto impedisce di sostenere iniziative economiche e sociali di interesse comunità o bisogni del singolo. Oggi dobbiamo tenere in maggior conto l'uomo. E qui l'etica ci soccorre.

Semberebbero fuori luogo queste considerazioni, riteniamo di no: l'Etica, in quanto espressione dei valori di una organizzazione, è un elemento della Marca che è parte del nostro modello di Banca e assume un valore particolare nella “permacrisis”, dove prevalgono logiche che prescindono dall'agire etico e dal riconoscere l'**altro** nel bisogno.

Molti colleghi hanno condiviso con noi che è necessario unire al rating, che utilizziamo per concedere credito, l'elemento umano. Abbiamo realizzato, nel pieno rispetto delle regole, una sorta di “proporzionalità”, quella stessa proporzionalità normativa che, attraverso la nostra Federazione nazionale, chiediamo ai regolatori europei affinché tenga conto del nostro specifico modello di Banca e delle nostre peculiarità.

È nella nostra responsabilità declinare quanto di utile è emerso dal lavoro svolto, con convinzione, efficacia e senza retorica.

Proseguiamo nel percorso tracciato nella nostra Assemblea dello scorso 12 luglio, nel corso della quale abbiamo parlato di efficienza ed efficacia, richiamandoci a un “romanticismo illuminato”, nel quale le persone, i valori e il mercato convivono per raggiungere uno scopo: il “**Bene Comune**”.

Vi aspettiamo dunque per un importante momento della nostra Federazione.

Amedeo Manzo  
Presidente della Federazione Banche di Comunità  
Credito Cooperativo Campania Calabria



GRUPPO BCC ICCREA



## PROGRAMMA

**Il Credito Cooperativo della Campania e della Calabria:  
analisi del posizionamento competitivo della “Marca BCC”  
e definizione delle azioni evolutive**

**Napoli 25 novembre 2022**

Aula Magna Università degli Studi Federico II

### **Accoglienza**

Ore 09:30

### **Inizio Lavori**

Ore 10:00

### **Saluto di benvenuto**

#### **Dott. Amedeo Manzo**

Presidente della Federazione Banche di Comunità Credito Cooperativo  
Campania e Calabria

### **Saluti Istituzionali**

#### **Prof. Matteo Lorito**

Magnifico Rettore  
Università degli Studi di Napoli Federico II

#### **Prof.ssa Adele Caldarelli**

Direttore del Dipartimento Economia, Management, Istituzioni  
Università degli Studi di Napoli Federico II

#### **Avv. Fulvio Bonavitacola**

Vice Presidente della Regione Campania

#### **Prof. Gaetano Manfredi**

Sindaco di Napoli

#### **On.le Giuseppina Castiello**

Sottosegretario di Stato per i rapporti con il Parlamento

## Interventi

### **Prof. Luigi Cantone**

Ordinario di Marketing e Strategie di Impresa  
Dipartimento Economia, Management, Istituzioni  
Università degli Studi di Napoli Federico II

### **Dott. Mauro Pastore**

Direttore Generale di ICCREA Banca

### **Dott. Giorgio Fracalossi**

Presidente di Cassa Centrale Banca

### **Avv. Alessandro Azzi**

Presidente Fondazione "Tertio Millennio"

### **Avv. Augusto dell'Erba**

Presidente della Federazione Italiana delle  
Banche di Credito Cooperativo – Casse Rurali

## Conclusioni

### **Dott. Nicola Paldino**

Vice Presidente della Federazione Banche di Comunità Credito Cooperativo  
Campania e Calabria

### **Dott. Amedeo Manzo**

Presidente della Federazione Banche di Comunità Credito Cooperativo  
Campania e Calabria

## Termine lavori

Ore 13:00

### ***Modera i lavori la Dott.ssa Titti Improta***

Giornalista e Segretario Ordine Giornalisti della Campania

## Banche Associate

### Dati consolidati al 30.06.2022

Banche Associate	16
Sportelli	239
Soci	63.256
Dipendenti	1.585
Clienti	465.097
Raccolta diretta*	7.719
Raccola totale*	8.740
Impieghi e clientela*	4.839
Prodotto bancario lordo*	13.579
Patrimonio*	707
CET 1	23,85%

\*dati in milioni







**Note:**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



FEDERAZIONE BANCHE DI COMUNITÀ  
CREDITO COOPERATIVO  
CAMPANIA CALABRIA



*Con il contributo di*

FONDO  
SVILUPPO

FONDO MULTISALISTICO CONFECCOPERATIVE

**Segreteria Organizzativa: Sistema Congressi S.r.l.**  
**Via Francesco Giordani, 56 - 80122 Napoli (Italia)**  
**Tel. +39 081 660067 - Fax +39 081 193 39385**  
**e-mail: [eventi@federcampaniacalabria.bcc.it](mailto:eventi@federcampaniacalabria.bcc.it)**  
**[www.sistemacongressinapoli.it](http://www.sistemacongressinapoli.it)**