

REGOLAMENTO

- *Contributi di Beneficenza e Mutualità*
- *Pubblicità' e Sponsorizzazioni*

Data approvazione	Versione
Delibera Cda del 26/06/2025	v.0.1

Sommario

Art. 1 Premesse.....	3
Art. 2 Finalità istituzionali dei contributi beneficenza e mutualità	3
Art. 3 Tipologie di richieste.....	3
Art. 4 Procedura.....	4
Art. 5 Limitazioni e criteri preferenziali	4
Art. 6 Obbligo dell'assegnatario del fondo	5
Art. 7 Sponsorizzazioni e pubblicità.....	5
Art. 8 Procedura.....	6
Art. 9 Riepilogo annuo - relazione sui contributi e sponsorizzazioni e sui risultati.....	6

Art. 1 Premesse

Il presente regolamento è destinato a disciplinare i criteri per l'erogazione dei contributi di beneficenza e mutualità accantonati dalla Banca in relazione alle delibere assembleari di destinazione dell'utile di esercizio e disciplinare le modalità con le quali la Banca effettua la pubblicità e promozione.

Art. 2 Finalità istituzionali dei contributi beneficenza e mutualità

L'Art. 2 "Principi ispiratori" dello statuto sociale statuisce, tra l'altro, che la Banca "... ha lo scopo di favorire i soci e gli appartenenti alle comunità locali nelle operazioni e nei servizi di banca, perseguendo il miglioramento delle condizioni morali, culturali ed economiche degli stessi e promuovendo lo sviluppo della cooperazione e l'educazione al risparmio e alla previdenza nonché la coesione sociale e la crescita responsabile e sostenibile del territorio nel quale opera" e che "... si distingue per il proprio orientamento sociale e per la scelta di costruire il bene comune".

Coerentemente con l'art. 2 dello Statuto, la Banca privilegia, nella erogazione di contributi a valere sul Fondo beneficenza e mutualità, le seguenti iniziative:

- partnership annuali o pluriennali con associazioni ed enti senza scopo di lucro che svolgono attività di servizio per le collettività dei territori in cui opera la Banca, quali assistenza ai malati gravi o terminali, ai disabili, agli anziani, ai giovani con disagio sociale, agli extracomunitari, ecc.;
- iniziative singole o strutturate di valorizzazione e/o sviluppo/recupero del territorio di riferimento, sia in termini di giacimenti culturali che eno-gastronomici e turistici;
- iniziative singole o strutturate di natura culturale finalizzate a promuovere valori etici e culturali;
- iniziative singole o strutturate finalizzate alla tutela ambientale e alla salvaguardia della natura locale;
- iniziative singole o strutturate di natura sportiva finalizzate a promuovere i valori dello sport e del benessere (wellness).

3

Art. 3 Tipologie di richieste

In relazione a quanto disciplinato nell'art. 2, le richieste di contributo vengono convenzionalmente divise nelle seguenti "CATEGORIE":

- "**SERVIZIO SOCIALE**": partnership annuali o pluriennali con associazioni ed enti senza scopo di lucro che svolgono attività di servizio per le collettività dei territori in cui opera la Banca, quali assistenza ai malati gravi o terminali, ai disabili, agli anziani, ai giovani con disagio sociale, agli extracomunitari, ecc.;
- "**TERRITORIO**": iniziative singole o strutturate di valorizzazione e/o sviluppo/recupero del territorio di riferimento, sia in termini di giacimenti culturali che eno- gastronomici e turistici;
- "**CULTURA**": iniziative singole o strutturate di natura culturale finalizzate a promuovere valori etici e culturali;
- "**AMBIENTE**": iniziative singole o strutturate finalizzate alla tutela ambientale e alla salvaguardia della natura locale;
- "**SALUTE E SPORT**": iniziative singole o strutturate di natura sportiva finalizzate a promuovere i valori dello sport e del benessere (wellness).

Art. 4 Procedura

Al fine di conferire un ordinato e ricostruibile iter decisionale, le domande di contributo seguiranno il seguente iter:

1. i referenti persone fisiche, giuridiche o enti delle iniziative che richiedono il contributo della Banca devono rivolgere domanda per iscritto al Consiglio di Amministrazione;
2. la domanda deve essere inoltrata a una delle filiali della Banca oppure per e-mail a segreteria@terradotrantobcc.it gestita dall'Ufficio Segreteria la quale trasmetterà la richiesta al Direttore Generale, al Preposto di filiale e al Responsabile Marketing;
3. La domanda di contributo, pena l'esclusione, deve essere inoltrata almeno 45 gg prima dell'iniziativa. Farà fede il timbro postale e/o il protocollo di arrivo;
4. Il preposto della filiale potrà, in riferimento alla categoria di appartenenza della domanda di contributo tra le n. 5 (SERVIZIO SOCIALE, TERRITORIO, CULTURA, AMBIENTE, SALUTE E SPORT) di cui all'art 3, esprimere il proprio parere: sulla iniziativa, sulla coerenza della medesima rispetto alle finalità istituzionali di cui all'art. 2, sulla coerenza dell'importo richiesto rispetto all'iniziativa, sulle ricadute reputazionali e di immagine verso la Banca e trasmetterà la documentazione al Responsabile Marketing;
5. Il Responsabile Marketing potrà esprimere analogamente il proprio parere sulle medesime caratteristiche di cui al comma precedente e la inoltrerà al Direttore Generale;
6. Il Direttore Generale illustrerà al Consiglio di Amministrazione la richiesta pervenuta, formulando il proprio parere;
7. Il Consiglio delibererà in termini di accoglimento o meno della domanda deliberando anche sull'importo;
8. Il Direttore Generale comunicherà la delibera alla Segreteria Generale che a sua volta informerà il Responsabile Marketing e il Preposto della filiale che curerà l'accredito sul c/c indicato (secondo quanto disciplinato all'art. 5 c. 3) con informativa all'Ufficio Contabilità che provvederà a contabilizzare l'evento e che terrà evidenza, su supporto informatico, dei contributi erogati, catalogati per finalità di cui all'art. 3.
9. i referenti persone fisiche, giuridiche o enti delle iniziative che richiedono contributo della Banca devono prendere visione e seguire integralmente il regolamento per l'utilizzo del Logo della Banca.
10. Il Responsabile Marketing potrà segnalare il mancato rispetto e osservanza delle disposizioni trasmesse che potranno essere oggetto di sospensione nell'erogazione dei contributi o di partnership sottoscritte. Il mancato rispetto potrà inoltre essere tenuto in debita considerazione per successivi progetti presentati;

Sia in caso di delibera positiva che negativa, il Preposto della filiale di competenza della richiesta di contributo e/o la Segreteria contatterà il referente dell'iniziativa per comunicare la decisione.

Art. 5 Limitazioni e criteri preferenziali

Per ovvi criteri di ragionevolezza e coerenza, vengono definite le seguenti limitazioni:

1. Il contributo deve essere erogato su conto corrente o deposito a risparmio acceso presso la Banca; non sono consentite erogazioni in assegni circolari o contanti. Nel caso in cui il referente della iniziativa sovvenzionata non intendesse accendere rapporti continuativi con la Banca la circostanza andrà comunicata al Direttore Generale che interesserà il Consiglio per le relative decisioni di conferma o revoca del contributo;
2. le richieste di contributo devono riferirsi ad iniziative relative al territorio di competenza; iniziative di respiro territoriale più ampio (regionale, meridionale, italiano) devono essere valutate in connessione con le finalità di cui all'art. 2 e alla ricaduta reputazionale e di immagine per la Banca.
3. Il contributo verrà elargito nella misura del 50% all'atto della delibera del CDA e la restante parte subordinata

alla valutazione del Responsabile Marketing a seguito di relazione conclusiva trasmessa, correlata dalla rassegna stampa del progetto sostenuto.

Nel caso in cui il Fondo non dovesse essere capiente per tutte le iniziative o dovessero presentarsi iniziative analoghe o concorrenti, il Consiglio valuterà quali criteri preferenziali:

- A. la sussistenza della qualità di socio della Banca;
- B. la maggiore ricaduta positiva per la Banca in termini reputazionali e di immagine.

Art. 6 Obbligo dell'assegnatario del fondo

- I referenti persone fisiche, giuridiche o enti delle iniziative che ricevono il contributo, pena la revoca dello stesso, devono:
- realizzare il progetto nei modi e nei tempi dichiarati nella richiesta di contributo;
- trasmettere la bozza di tutti i materiali pubblicitari utilizzati e/o previsti al Responsabile Marketing per l'approvazione preventiva del loro utilizzo sia cartaceo che web;
- assicurare ampia diffusione e comunicazione del progetto dando risalto al sostegno ricevuto dalla banca sia a mezzo stampa che sui propri canali di comunicazione, prevedendo la dicitura "partner" di fianco al logo della Banca
- trasmettere copia (in formato pdf) della rassegna stampa cartacea e digitale con annessa relazione conclusiva dell'attività svolta all'indirizzo marketing@terradotranto.bcc.it.
- il beneficiario del contributo dovrà accettare la pubblicità del contributo erogato da parte della Banca che potrà darne la diffusione che ritiene più opportuna.

All'atto della richiesta i referenti persone fisiche, giuridiche o enti dichiarano di accettare integralmente le disposizioni del presente regolamento con particolare riferimento all'art.6 e all'art.5 comma 3.

5

Art. 7 Sponsorizzazioni e pubblicità

Alla base della sponsorizzazione e pubblicità vi è una pianificazione annuale con determinazione di un plafond definito per le single fattispecie; il budget viene determinato dal Consiglio di Amministrazione entro il mese di dicembre dell'anno precedente per quello successivo.

La sponsorizzazione e la pubblicità necessitano la sottoscrizione di un contratto in cui vengono dettagliate le prestazioni di entrambe le parti (BCC ed ente sponsorizzato) nonché il periodo in cui le stesse vengono espletate. Nel caso di contratti pluriennali viene data la possibilità a ciascuna delle parti di recedere per giusta causa.

Nel caso di sponsorizzazione di associazioni o società sportive dilettantistiche e l'associazione/società sportiva doti gli atleti di divise e materiale accessorio, il contratto di sponsorizzazione deve prevedere preferibilmente l'esposizione del logo della BCC su tutto il materiale in dotazione.

Il contratto di sponsorizzazione può essere di durata annuale o pluriennale, per dare continuità al messaggio pubblicitario e sicurezza all'associazione/società sportiva sul sostegno economico nel tempo. L'associazione/società sportiva deve inviare annualmente la fattura relativa al compenso pubblicitario dell'anno in corso.

Le modalità di esposizione del logo vengono stabilite di volta in volta a cura dell'Ufficio Marketing della Banca. Della sponsorizzazione e/o pubblicità si deve acquisire documentazione dell'avvenuta realizzazione del logo (foto ed altro si ritenga utile).

Art. 8 Procedura

Al fine di conferire un ordinato e ricostruibile iter decisionale, la programmazione della sponsorizzazione e/o della pubblicità seguirà il seguente iter:

1. i referenti persone fisiche, giuridiche o enti delle iniziative che richiedono la sponsorizzazione o la pubblicità alla Banca devono rivolgere domanda per iscritto al Consiglio di Amministrazione;
2. la domanda deve essere inoltrata a una delle filiali della Banca oppure per email a segreteria@terradotrantobcc.it la quale trasmetterà richiesta al Direttore Generale, al direttore di filiale, al Responsabile Marketing;
3. il progetto di sponsorizzazione e/o pubblicità, pena l'esclusione, deve essere inoltrata almeno 45 gg prima dell'iniziativa. Farà fede il timbro postale e/o il protocollo di arrivo;
4. Il preposto della filiale potrà in riferimento alla categoria di appartenenza della domanda di contributo tra le n. 5 (SERVIZIO SOCIALE, TERRITORIO, CULTURA, AMBIENTE, SALUTE E SPORT) di cui all'art 3, esprimere il proprio parere: sulla iniziativa, sulla coerenza della medesima rispetto alle finalità istituzionali di cui all'art. 2, sulla coerenza dell'importo richiesto rispetto all'iniziativa, sulle ricadute reputazionali e di immagine verso la Banca e trasmetterà la documentazione al Responsabile Marketing;
5. Il Responsabile Marketing esprimerà il proprio parere sulle caratteristiche del progetto di pubblicità e/o sponsorizzazione ed in caso di accoglimento, da parte del CdA del progetto le conseguenti attività di promozione, pubblicità e comunicazione verranno con lo stesso concordate. A valle di tale fase il Responsabile Marketing della Banca inoltrerà l'intero progetto al Direttore Generale;
6. Il Direttore Generale illustrerà al Consiglio di Amministrazione la richiesta pervenuta, formulando il proprio parere e fornendo specifica evidenza in merito alle finalità della specifica promozione e/o pubblicità, all'importo del progetto e alla capienza del budget dell'anno in corso;
7. Il Consiglio delibererà in merito al progetto di sponsorizzazione e/o pubblicità con il dettaglio dell'importo;
8. Il Direttore comunicherà la delibera alla Segreteria Generale, al Responsabile Marketing e al Preposto della filiale, se di interesse particolare di uno specifico territorio; la prima darà apposita informativa ai referenti del progetto di sponsorizzazione che emetteranno apposita fattura che sarà contabilizzata dall'Ufficio Contabilità e dallo stesso avviata al pagamento avendo i riferimenti della delibera del CdA;
9. i referenti persone fisiche, giuridiche o enti delle iniziative di promozione e/o pubblicità devono prendere visione e seguire integralmente il regolamento per l'utilizzo del Logo della Banca.
10. Il Responsabile Marketing potrà segnalare il mancato rispetto e osservanza delle disposizioni trasmesse che potranno essere oggetto di sospensione nell'erogazione dei contributi o di partnership sottoscritte. Il mancato rispetto potrà inoltre essere tenuto in debita considerazione per successivi progetti presentati;

6

Art. 9 Riepilogo annuo - relazione sui contributi e sponsorizzazioni e sui risultati

Al termine di ogni trimestre, la Direzione Generale, con il supporto dell'Ufficio Contabilità, predispone per il Consiglio di Amministrazione una "Relazione sui contributi, sponsorizzazioni e pubblicità", illustrando:

- il fondo beneficenza e mutualità al 1 gennaio ed il fondo al 31.12;
- i contributi erogati suddivisi per categoria;
- le sponsorizzazioni e le pubblicità suddivise per categoria.

Con il supporto dell'Ufficio Marketing della Banca la relazione dovrà contenere una valutazione sui risultati delle iniziative sovvenzionate e sulle ricadute reputazionali e di immagine verso la Banca.