

Pmi, il salto di qualità passa per le banche del territorio

Secondo una ricerca di **Accenture** gli istituti locali hanno conquistato quote di mercato grazie ad una migliore conoscenza del cliente "al di là del rating"

WALTER GALBIATI

Milano

Grandi banche e piccole imprese. È la nuova fotografia dell'Italia, dopo la recente stagione di consolidamento bancario. Come dire Davide di fronte a Golia. Con la prospettiva che le imprese si trovino sempre più distanti da quel mondo del credito che dovrebbe sostenerne la crescita. Eppure stando ai progetti di integrazione delle nuove banche nate nell'era post Fazio, una degli slogan preferiti dai vari amministratori delegati è la crescita attraverso il credito alla piccola impresa. E una delle parole d'ordine più ricorrenti è la ricerca del legame col territorio. Dove per territorio si intendono le realtà imprenditoriali, piccole e medie (le Pmi), che spesso vanno a formare i famosi distretti industriali.

Secondo i dati Istat, le Pmi con meno di 100 addetti rappresentano il 99,7% del totale, producono il 61% del valore aggiunto del sistema Paese e danno lavoro al 60% degli occupati. La dimensione media dell'impresa italiana, al netto delle imprese con un solo addetto, è di circa 8 dipendenti, a fronte di 13 in Francia e in Germania e di 15 nel Regno Unito. Ma com'è il loro rapporto con la banca?

Se possono, in genere, le Pmi cercano di evitare il ricorso al credito, ovvero prediligono l'autofinanziamento, altrimenti optano per il credito a breve termine.

Ne deriva una forte propensione da parte degli imprenditori ad investire in azienda i flussi di cassa generati dalla gestione corrente, senza però immettere nuove risorse attraverso aumenti di capitale. In pratica gli imprenditori preferiscono non investire direttamente nuovo capitale nell'impresa per tenerlo invece a garanzia di finanziamenti bancari. Secondo i dati di Banca d'Italia, la componente dei debiti finanziari verso le banche rappresenta oltre un terzo delle passività complessive per le imprese di piccola e media dimensione, con una assoluta prevalenza del debito bancario a breve termine, pari a oltre i tre quarti del debito bancario complessivo. Poco credito, quindi e mal distribuito nel tempo.

La conseguenza è che il rapporto banca-Pmi risulta oggettivamente debole finendo per diventare un rapporto tra soggetti "distanti" fra loro: la banca, l'impresa e il patrimonio personale dell'imprenditore non investito in azienda, ma utilizzato come garanzia a copertura del credito. E con un flusso di informazioni dell'impresa, e sull'impresa, verso la banca estremamente ridotto. Il processo di consolidamento che ha caratterizzato il sistema bancario italiano nel corso degli ultimi due anni non sembra aver portato a un miglioramento nel rapporto banca-Pmi, specialmente per i grandi gruppi bancari. Un'indagine di **Accenture** Management Consulting, condotta su un panel di opinion leader e personaggi chiave di un bacino importante per le Pmi italiane, come il Nord-Est ha confermato questo scenario. «I grandi player — commenta Massimo Tessitore, Senior Ma-

nager Strategy di **Accenture** Management Consulting — cercando di ottimizzare i ricavi del cliente e i costi del servizio, hanno spesso perso il dialogo con gli imprenditori locali, affidando la valutazione esclusivamente ai sistemi di rating e concentrando le risorse maggiormente specializzate sulle grandi imprese».

In tale contesto, le banche di minore dimensione hanno conquistato quote di mercato a scapito dei big player grazie a una migliore conoscenza dell'imprenditore "al di là del rating" (tra il 2005-07 gli impieghi delle grandi banche sono scesi del 2,9% contro una crescita del 18,2% delle banche minori). «La perdita di fiducia — continua Tessitore — verso i player bancari ha comportato una chiusura dell'imprenditore a condividere le informazioni: la Banca è percepita non come partner strategico dello sviluppo, in grado di stimolare la crescita e affrontare le criticità tipiche delle Pmi, ma come mero finanziatore».

Secondo lo studio di **Accenture** Management Consulting, gli imprenditori vorrebbero una banca differente. Per circa l'80% degli intervistati la "banca del cuore" è quella che ti visita spesso (anche nei momenti critici), mentre per il 60% è quella che ti accompagna nel processo di internazionalizzazione attraverso la comprensione delle esigenze locali e la valorizzazione di una rete di relazioni globali. Tuttavia, il vero elemento distintivo della "banca del cuore" è la sua capacità di essere partner strategico dello sviluppo in grado di comprendere le reali potenzia-

lità dell'imprenditore e della sua impresa e di facilitarne il "salto di qualità". Per fare questo la Banca deve "vivere" il territorio e creare solidi network con le associazioni e con il tessuto locale.

Qui si inseriscono le strategie dei nuovi gruppi sovraregionali nati dall'integrazione tra le banche popolari, per tradizione tra le più vicine alle piccole imprese. «Ci vogliamo focalizzare esclusivamente sui mestieri che sappiamo fare meglio: servire la clientela retail e delle piccole e medie imprese. Un modello di business che è in linea con la nostra vocazione di banca legata ai territori. Ed è anche ideale nelle attuali condizioni di mercato, che di questo modello potrà apprezzare la frammentazione del rischio e la facilità di reperire liquidità», ha dichiarato Fabio Innocenzi, amministratore delegato di Bpi, il gruppo nato dall'aggregazione della Banca popolare Italiana (ex Lodi) e la Popolare di Verona e Novara. Anche l'Ubi, ovvero l'Unione di Banche Italiane, formata dalla fusione di BPU (Banche popolari unite) e Banca Lombarda e Piemontese ha puntato nel suo piano industriale per ravvivare il rapporto con

le imprese su nove banche rete, che hanno mantenuto nel nome la loro identità territoriale: Banca Popolare di Bergamo, Banco di Brescia, Banca Popolare Commercio e Industria, Banca Regionale Europea, Banca Popolare di Ancona, Banco di San Giorgio, Banca Carime e Banca di Valle Camonica.



Sono partner fondamentali anche nella conquista dei mercati internazionali

Le strategie dei nuovi gruppi sovraregionali nati dall'unione delle popolari

Da sinistra, Giuseppe Mussari (Mps), Giampiero Auletta (Armenise (Ubi Banca)

LA DURATA DEGLI IMPIEGHI IN ITALIA

(alle imprese non finanziarie; tassi di crescita tendenziali, in %)

