

Le banche alle aziende

«Diteci tutto, vi aiuteremo»

La ricetta anticrisi si può basare anche su un maggior dialogo tra banche e imprese. Perché, in momenti difficili come gli attuali, certe "dimenticanze" sulle effettive condizioni aziendali possono risultare controproducenti. Un rischio che è stato evidenziato durante un recente convegno sul tema "La gestione dei rapporti tra piccole e medie imprese e sistema bancario", promosso dall'Ordine dei dottori commercialisti ed esperti contabili di Monza e Brianza in collaborazione con Ubi Banca Popolare di Bergamo. Il sistema bancario, del resto, deve adeguarsi alle nuove regole imposte da

Basilea 3 che, rispetto a Basilea 2, ha fissato dei parametri più rigidi per quanto riguarda i patrimonii degli istituti di credito. Ma è l'intero rapporto tra banca e impresa che va comunque ripensato in maniera completa. E il cambiamento deve forzatamente riguardare entrambi i soggetti. «Le banche - ha spiegato Paolo Gianturco, dottore commercialista iscritto all'Ordine di Monza e Brianza, consulente aziendale - stanno cercando di capire quale possa essere il modello di business maggiormente efficiente. Devono qualificare bene le imprese e fornire servizi standard adeguati per la gestione ordinaria delle stesse aziende. Poi, devo-

no intervenire con degli specialisti per le tematiche particolari. Le reti commerciali, intanto, vanno rese più efficienti per una questione di costi. Ma le imprese devono comunque comprendere che l'interlocutore è cambiato».

Le imprese, spesso timorose di vedersi ridurre il fido, devono a loro volta operare un cambio di rotta. «In Italia - ha precisato Giuseppe Gilardi, responsabile crediti Ubi Banca Popolare di Bergamo - ci sono imprese con cinque-sei milioni di fatturato che hanno aperti anche 15 rapporti bancari. Un'azienda simile, in Germania, ne ha solo tre o quattro. Noi non siamo con-

correnti dell'azienda. Noi all'azienda forniamo la materia prima, il denaro. Poi, se dall'altra parte ci dovessero essere delle ritrosie, non possiamo che prenderne atto. Ma più conosciamo dell'azienda, meglio è».

«Non sempre - commenta Roberto Masola, direttore territoriale Monza e Brianza Banca Popolare di Bergamo - c'è una predisposizione a raccontarsi da parte dell'imprenditore. Più l'azienda è piccola, più è difficile interloquire e farsi spiegare i progetti. Ma il nostro istituto, nel 2014, ha comunque erogato finanziamenti a famiglie e piccole imprese nell'area brianzola per 260 milioni di euro. Cioè, il 25% di più rispetto al 2013». ■ S.Gia.



Il convegno dei commercialisti

