CONTRARIAN

Il calo del credito alle imprese e le strategie delle banche

L'economia cresce poco o quasi nulla e Banca d'Italia segnala per luglio 2024 un 3,9% di calo dei prestiti alle imprese, anno su anno. Gli utili bancari sono invece ai record storici da un paio di anni e, anche con il previsto calo dei tassi di interesse, resteranno più che soddisfacenti. Le banche godono dell'ampia forbice tra alti tassi di interesse sugli impieghi e un basso costo della raccolta retail, cioè quella da famiglie e piccole imprese, remunerata quasi a zero; mentre il mercato monetario, sostanzialmente privo di rischi (i Bot a breve termine, tanto per intendersi)garantisce almeno un 3%. Ben più costosa la raccolta presso grandi investitori, che diversamente si indirizzerebbero altrove.

Dopo molti anni, per le banche commerciali è tornato il cosiddetto mark-down, cioè la parte di redditività che si forma tra il costo medio ponderato della raccolta e gli impieghi senza quasi rischio di credito. Quando i tassi erano pari a zero, il mark-down era scomparso. Diversamente, il mark-up parte dal costo della raccolta e sale se la banca investe in forme di impiego più rischiose, a partire dal credito a famiglie e imprese.

Ora il credito è fermo o in calo, come evidenziano le analisi di Confindustria e di Banca d'Italia. Conseguenza, solo in parte, dell'aumento del costo del denaro: ovvio che con i mutui passati dal 2% al 4-5%, gli acquisti di case e gli investimenti rallentino. Ma la crescita dei tassi è iniziata da 2-3 anni, mentre la tendenza decrescente dei prestiti è almeno decennale. Eppure sono sempre aumentati i risparmi e i depositi bancari delle famiglie, che formano il grosso della raccolta bancaria.

Ci sono dunque altri motivi che spiegano il calo del credito. Il primo: dopo i picchi delle sofferenze, quasi triplicate dal 2007 al 2013, le politiche creditizie, i sistemi di rating e di ponderazione dei rischi sono diventati molto più restrittivi. Scelta volontaria o imposta dalle autorità di vigilanza per rafforzare il settore, quando diverse banche, in Italia e in Europa, stavano saltando. Questa è stata la prima mazzata sul credito. Con i tassi a zero, poi, non c'era convenienza a vendere la merce denaro in forma di prestiti, la cui erogazione, gestione e controllo costa comunque in termini organizzativi e di assorbimento di capitale. Meglio tagliare i costi e investire all'ingrosso su un minor numero di clienti o in titoli (possibilmente sicuri). Tutti a cercare commissioni, da wealth management e servizi per high net worth individuals. Erogare crediti? Anche no, grazie.

Il terzo motivo del calo, meno studiato (anche da Banca d'Italia), ma molto delicato, è il cambiamento della struttura dell'offerta. Le prime 4-5 grandi banche italiane fanno l'80% circa del mercato. Non si chiamerà oligopolio, ma lo è di fatto. Scomparse o assorbite quasi tutte le banche medie ed ex popolari, a Bergamo, Brescia, Lodi o Verona il medio imprenditore che ben conosceva ed era noto alla direzione generale o all'amministratore delegato della banca leader (che era locale), si trova oggi come interlocutore, se gli va bene, un direttore di zona, che non lo conosce approfonditamente e che per fare carriera deve fare la trottola. Non è la stessa cosa. A prescindere dal rischio di relazioni improprie, non c'è più il sostegno della banca con una vera e forte autonomia e conoscenza locale. Sostegno determinante per la nascita di distretti come la siderurgia bresciana, di importanti imprese in tanti altri settori industriali, che non sarebbero diventate quello che sono se, 20-25 anni fa, non avessero avuto la fiducia, anche con rischi significativi, della media banca locale. Ora, chi è già diventato grande, come Brembo per dirne una, sta sopra la mischia. Ma i medi e piccoli imprenditori di oggi non hanno più interlocutori bancari analoghi ai loro predecessori. Sulla dimensione dei fidi e sul costo del denaro, devono accettare le condizioni delle 3-4 grandi banche sulla loro piazza, dettate da uffici centrali che stanno altrove. Nessuna forzerà il rating interno, farà l'eccezione sui tassi o darà un fido oltre norma alla pur eccellente impresa locale. Il ratio Rorac (Return On Risk Adjusted Capital, rendimento sul capitale rettificato per il rischio) comanda su tutto. Per massimizzarlo, ci vogliono più commissioni e servizi, meno prestiti alle imprese. Se poi si parla di microimprese, non c'è nemmeno più il vecchio capo filiale e gestore, che conosceva tutti e le cui priorità sono diventate altri business e altre fasce di clienti.

È vero, l'evoluzione del sistema bancario richiedeva nuovi modi di gestione. Cambiamenti nell'interesse, in primis, delle banche e forse dei clienti che possono avere una certa forza negoziale. È una spinta per le imprese italiane a diventare più grandi. Il non detto è che le piccole devono arrangiarsi. La tipicità del sistema italiano con tantissime pmi tenderà ad uniformarsi al resto d'Europa, a maggior ragione se il sistema finanziario Ue andrà sempre più verso regole comuni. Meno facile uniformare le teste degli imprenditori, tra Perugia e Amsterdam. I grandi sufficientemente meritevoli, avranno sempre credito. Ma per altri potrà valere la media dei polli: c'è chi ne mangia due e chi zero. (riproduzione riservata)

STUDIO GHIDINI, GIRINO & ASSOCIATI

CONSIDERAZIONI INATTUALI

Zero sportelli? I clienti non gradiscono. E le banche neppure

Zero sportelli e digitalizzazione pura non sembrano piacere alla clientela. Ma neppure alle banche, stando a quanto appreso nella scorsa primavera, quando, solo per citare due antipodi, Sparkasse-CariBolzano ha programmato di rafforzare in un biennio la sua rete di già 170 sportelli e, in parallelo, Jp-Morgan ha annunciato 500 aperture negli Usa entro il 2027. La desertificazione bancaria registra sorprese, talora decise retromarce se solo si rammenta che fra il 1998 e il 2022 calarono del 19,2% (si veda *MF-Milano Finanza* del 23 maggio). Banche digitali native o divenute tali ripensano le strategie, cercano soluzioni alternative per far sì che banchieri e clienti tornino a guardarsi negli occhi. Perché? Un sondaggio Uilca del 2023 dà una lucida risposta. L'82% degli italiani vuole lo sportello e non il bancomat. O meglio: vuole entrambi ma considera il primo irrinunciabile, tant'è che la soppressione del punto fisico indurrebbe il 48,5% dei clienti a cambiar banca e il 18,3% ad andare in posta. A conti fatti solo un cliente su tre si accontenterebbe, più o meno di buon grado, del digitale. Si profila per i grandi player la prospettiva che bcc e Poste, radicatissime sul territorio, possano sfilare grosse fette di clientela. Mai come qui la concorrenza si fa sentire gridando dal basso e le convergenti scelte della cassa altoatesina e del colosso americano lo dimostrano: la prima vuole aumentare l'erogato di almeno un miliardo portando l'utile verso 100 milioni, il secondo, ovviamente per lo stesso fine, metter radici là dove non le ha.

Diversamente da quanto accade per il bene fisico (pur se anche qui una risorta voglia di entrare in negozio sta cambiando i neo-dogmi del global e-commerce), se si compravende denaro o lo si investe anche il più pigro dei pantofolai vuol vedere in faccia la controparte. E se il Cnel ha aperto un tavolo con Abi e Anci per trovare nuovi compromessi virtuosi ci sarà una ragione. Lungimirante iniziativa a parte, resta il fatto (dimostrato) che il sistema già si muove, senza particolari stimoli da parte dello Stato. Sollevai il tema circa un anno e mezzo fa (*MF-Milano Finanza* del 28 gennaio 2023), suggerendo soluzioni di snella ed efficiente cooperazione fra grandi gruppi e banche locali e rammentando che, secondo il World Banking Report 2021, il successo della banca 4.0 consiste nel coniugare innovazione digitale e presidi territoriali. Crescono così forme di rioccupazione diretta del territorio, ma anche soluzioni alternative che coniugano gli obiettivi di ridurre i costi e restituire al cliente una dimensione umana del rapporto (tornare a quel «la mia banca», traslato possessorio pregno del valore da cui nasce il successo di ogni affare: fiducia fra le persone).

Ed ecco che (lo sto sperimentando anche professionalmente) alcune banche stimolano il proliferare sul territorio di agenzie in attività finanziaria o di consulenza finanziaria mediante la creazione di punti fisici destinati al contatto diretto con il cliente, in sedi che spesso recano l'insegna della banca e ridanno al primo la certezza di un riferimento umano: i call center bastano ad assicurare una vicinanza che l'estremismo digitale rischia di annientare. Costano meno di una filiale ma danno, daranno risultati analoghi nel breve e medio periodo.

Ultima nota. La digitalizzazione vede smorzare le sue muscolari ambizioni. Il mondo cambia ma non sempre nella direzione in cui molti (anzi pochi) vogliono e i sistemi si adattano secondo la dinamica darwiniana, osservando con attenzione le scelte della gioventù, attuale ma soprattutto futura consumatrice. In un'intervista di circa un anno fa, il francese Jacques-Antoine Granjon, detto l'anti-Bezos e creatore di un gigante dell'e-commerce (Veepe), rivalutò ampiamente la coesistenza del commercio on line e del negozio fisico. Aggiunse che i giovani acquistano sempre più giornali cartacei e cercano dischi in vinile. Ci sarà anche qui un motivo. O no? (riproduzione riservata)

Emilio Girino

Thomson Reuters© Stand-out Lawyer 2024

Patto di consultazione avente ad oggetto azioni di Moncler S.p.A. – Avviso di cessazione pubblicato ai sensi dell'art. 131, comma 4, lett. b) del Regolamento Consob n. 11971/1999 ("RE")

Con riferimento al patto di consultazione contenente pattuizioni relative a Moncler S.p.A. rilevanti ai sensi dell'art. 122 del D.Lgs. 58/1998 (il "**Patto**") stipulato in data 24 febbraio 2024 tra Grinta S.r.l. e Ruffini Partecipazioni Holding S.r.l., in qualità di azionisti diretti di Moncler S.p.A., si comunica, ai sensi dell'art. 131, comma 4, lett. b), RE, che Grinta S.r.l. ha esercitato il proprio diritto di recesso dal Patto che pertanto ha cessato ogni effetto in data 10 settembre 2024.

Il presente avviso è stato depositato presso il Registro delle Imprese di Milano, Monza-Brianza e Lodi in data 11 settembre 2024 ed è disponibile sul sito internet di Moncler (www.monclergroup.com), nonché sul meccanismo di stoccaggio autorizzato "eMarket Storage" (www.emarketstorage.com).

Colombi/C&E

LANDIRENZO

Landi Renzo: pubblicazione della Relazione Finanziaria Semestrale al 30 giugno 2024

Si rende noto che la Relazione Finanziaria Semestrale al 30 giugno 2024 approvata dal Consiglio di Amministrazione del 6 settembre 2024 è a disposizione del pubblico presso la Sede sociale, sul sito internet della Società (www.landirenzogroup.com, sezione Investors) e sul meccanismo di stoccaggio "eMarket Storage" (www.emarketstorage.com).

Cavriago (RE), 14 settembre 2024 Il Presidente del Consiglio di Amministrazione Stefano Landi

Capital

Il mensile che da più di 40 anni racconta e ispira le storie di successo

in edicola e in digitale

WWW.CLASSABBONAMENTI.COM

Class editori

VkVSIyMjZTYzZjUzZGUtMTU2Mi00NDY0LTkyNWMtNmM5NmZmM2FhZGZjIyMjNTY0MWExZGYtNGIyYy00N2UxLTg4MjQtOTRiYjhmNjc1N2NhIyMjMjAyNC0wOS0xNFQxMTozNzowOSMjI1ZFUg==