

Imprenditorialità Aumentata

L'impresa come Opera d'Arte.

*"Se gli uomini non nutrono un ideale in un mondo migliore perdono qualcosa.
L'umanità non potrebbe funzionare senza le grandi speranze, le passioni assolute."
Eric J. Hobsbawm*

martedì 5 maggio 2015

L'Opinione del Dott. Maurizio Barnabè Direttore Generale BCC Valdostana

A seguito della lettera aperta che ho inviato al Dott. Flavio Valeri Chief Country Officer Italy Deutsche Bank, pubblichiamo l'opinione del Dott. Maurizio Barnabè. (FZ)

Il mondo delle Banche di Credito Cooperativo, di prossima riforma da parte del Governo sostenuto da Banca d'Italia e come diretta conseguenza della riforma delle Banche Popolari, non ha mai contratto il credito, né per le famiglie né per le Imprese.

In questi anni di crisi è stato, come movimento nel suo complesso, l'unico "rubinetto" aperto così anche come riconosciuto da tutto il sistema e dalle principali istituzioni.

Di fatto però, almeno nella maggior parte dei casi, e la Valle d'Aosta non fa eccezione, anzi acuisce il fenomeno, la clientela tipica "imprenditoriale" è di piccola media dimensione, passando dall'azienda a conduzione familiare, all'artigiano evoluto e all'azienda (PMI) più strutturata. Sicuro vantaggio, rispetto alla grandi banche, è stato per le BCC operare senza vincolo di rating sui crediti: la conoscenza territoriale del cliente, l'estrema vicinanza con lo stesso, il rapporto socio-mutualistico-cooperativo, hanno contribuito ad affrontare le erogazioni con maggiore elasticità rispetto al mercato legato invece all'analisi degli indici di bilancio di ogni azienda.

Oggi se guardiamo alle evidenze del mondo delle BCC in termini di % sulle sofferenze (comunque ben al di sotto rispetto alla media di mercato, elemento che conferma un processo di qualità di erogazione del credito anche in assenza di rating rigidi), nonché al fatto che per la stragrande maggioranza i bilanci degli ultimi tre anni delle aziende tipiche clienti, non importa di che dimensioni, sono in negativo o in stretto pareggio, la valorizzazione delle idee, delle capacità degli imprenditori, del capitale dell'azienda stessa, risiede proprio nella redazione di piani industriali, business case o plan che dir si voglia, convincenti e credibili perché sostenibili e con un alto indice di probabilità di accadimento.

Finanziare il passato (bilanci) rispetto al futuro (BP) è affrontare in modo completamente diverso il concetto di ripresa nonché il ruolo che anche gli istituti di credito devono avere nei confronti dei propri clienti o, come nel nostro caso, dei nostri soci.

Sir Wiston Churchill, e personalmente lo associo proprio all'analisi di bilancio, diceva che "se il presente cerca di giudicare il passato perderà il futuro".

I dati di cosa è successo non sono dei dogmi, le garanzie, comprese quelle ipotecarie, hanno sempre minor valore nell'analisi del credito (il lavoro delle banche non è escutere garanzie... ma dar bene e con qualità il credito a chi se lo merita... non puntare a diventare immobilaristi) rispetto alla capacità di generare flussi finanziari ed economici che sostengano progetti e che, per quanto possibile, ripaghino ed autofinanzino l'investimento stesso richiesto alla banca anche con una base di mezzi propri che per quanto possibile rafforzerà anche il patrimonio.

Tracciare una rotta in un BP che preveda anche più ipotesi (best, worst, normal) deve diventare l'ABC di chiunque abbia un'attività imprenditoriale, sia essa commerciale, turistica, di servizio, di produzione, non importa di che dimensione: essere imprenditori vuol dire sapere cosa fare, come farlo, in che contesto e in che tempi. Per far questo, se l'azienda non è pronta o non ha le capacità e le risorse, deve necessariamente farsi sostenere da chi questo lo fa per mestiere (consulenti strategici, commercialisti, fiscalisti, avvocati, ...), con costi ragionevoli, ma soprattutto deve avere fin da subito una visione di sviluppo e di diversificazione, quindi una idea, sia per prodotto che per mercato cercando di sviluppare la giusta strategia in uno scenario competitivo sempre più complesso in cui i margini, sia economici che di errore, si sono ridotti e in cui la tattica diventa la necessaria messa a terra di una strategia che non deve essere pindarica o semplicemente autocelebrativa.

La Banca deve ricevere e seguire con il proprio cliente, i suoi consulenti, il rispetto del piano ed aiutare ed intervenire, anche suggerendo, azioni correttive sia ex post ma anche ex ante proprio per mantenere la natura organica del BP che come strumento deve essere costantemente non una "palla di cristallo" ma una vera e propria bussola sul proprio business in cui la "mappa non è il territorio". Il BP è uno strumento che non è scritto nella pietra ma deve trovare continuo confronto nei risultati attesi, ecco perché tanto maggiore sarà il grado di dettaglio tanto migliore sarà l'analisi dei fenomeni e degli scostamenti di rotta. Il BP deve diventare per quanto possibile uno standard, forse anche giuridicamente vincolante in alcuni casi, perché, di fatto, concretizza il valore delle idee imprenditoriali di chi chiede credito senza azioni di brand marketing piuttosto che di mera "politica imprenditoriale" ma con l'unico fine di far capire, anche alla banca di supporto, come si genera valore stabile nel tempo, valore che ritroveremo tanto nei flussi che nel patrimonio che nel capitale.

Già gli Antichi dicevano che per ogni opera, il BP del passato, sono necessari tre elementi: saggezza nelle idee, forza nel sostenerle, bellezza nel realizzarle (intesa come equilibrio). Dal buon senso quindi passiamo a strumenti concreti che analizzino per ogni azienda il valore attuale e prospettico della stessa rendendoli "necessari" e standardizzati per tutti così come lo sono i Bilanci.

Maurizio Barnabè
Direttore Generale BCC Valdostana