

Troppe accuse ingiuste alle banche mutualistiche. Vediamo perché

Luoghi comuni da sfatare

Dimensioni ridotte, instabilità e poca innovazione, sono critiche senza fondamento

Giuseppe De Lucia Lumeno

segretario generale
di Assopopolari

"In Europa ci sono troppe banche". Qualcuno ha fatto il paragone per esempio con gli Stati Uniti? Le banche nell'area euro sono 4.773 (dato del 2017, n.d.r.).

Negli Stati Uniti sono 11.700 se includiamo anche le 5.800 Credit Unions, l'80% in più di quelle dell'eurozona. L'eccessiva bancarizzazione, come spiega efficacemente l'European Systemic Risk Board (Esrb), si riferisce non al numero di banche ma al contrario al peso eccessivo di un numero troppo esiguo di grandi banche.

"Le piccole banche di territorio non hanno futuro" e "le imprese italiane sono troppo piccole". Sì, è vero: il 99,9% delle imprese italiane sono di piccola o media dimensione. Il 95,3% hanno meno di 10 dipendenti. Ma troppo rispetto a cosa? Le Pmi generano l'80% dei posti di lavoro e il 70% del valore aggiunto.

Legame con le imprese
Grazie a questa morfologia
l'economia italiana vanta in
Europa invidiabili primati:
primo paese per valore aggiunto
agricolo, secondo per valore

della produzione manifatturiera, ancora secondo per pernottamenti di turisti stranieri, presenza del maggior numero di imprenditori dell'Ue (3,8 milioni). Le banche mutualistiche per loro natura sono quelle più vicine ai micro e piccoli imprenditori e sono le uniche capaci di integrare quel modello, tipicamente italiano, di imprenditorialità diffusa.

Se non hanno futuro le piccole banche non ha futuro l'intera imprenditoria italiana. **"Le banche locali hanno svolto, solo in parte, una funzione anticiclica"**. Nella grande crisi 2007-2014, la funzione anticiclica delle popolari è stata documentata da autorità indipendenti. Anche nella congiuntura avversa hanno dato più credito all'economia reale, con una crescita media annua dei finanziamenti del 2,0% contro un dato medio dello 0,5%; hanno erogato nuovi finanziamenti a Pmi e alle famiglie per acquisto di abitazione rispettivamente per 300 e per 100 miliardi di euro a un tasso più basso nell'ordine di 10 basis point per le Pmi e di 20 basis point per i mutui relativi a compravendite immobiliari.

Il sistema
delle popolari
nella grande crisi
2007-2014
ha sostenuto
l'economia reale
con più credito

La presenza di banche locali, radicate nei territori, ha dunque notevolmente mitigato l'impatto della crisi. "La finanza d'impatto sociale è una delle novità del mercato finanziario". Ogni 100 euro di risparmio raccolto dalle banche popolari nei territori di riferimento, 76 vengono reinvestiti nella stessa area con evidente beneficio per il lavoro e il reddito in quella zona; a questo si aggiunge la destinazione di parte degli utili (100 milioni di euro nel 2017) a favore della beneficenza e dell'attività culturale negli stessi territori. È questo l'impatto sociale che la finanza mutualistica ha sempre prodotto. Ma la crisi ha portato ad affermare anche che "le banche locali sono maggiormente a rischio di instabilità". A parte casi isolati le popolari hanno evidenziato livelli di patrimonializzazione significativamente superiori a quanto richiesto dalla normativa confermando pienamente la propria solidità. Secondo dati di Banca d'Italia le popolari registrano un coefficiente relativo al Cet1 del 12,8%, al Tier1 del 13% e complessivo del 15%, valori superiori alla media nazionale di circa un punto percentuale e ampiamente al di sopra dei requisiti minimi.

Forti su internet

"Le banche del territorio non intercettano l'innovazione". Quattro milioni di famiglie e 250mila imprese clienti delle popolari hanno utilizzato, nel 2017, quotidianamente il canale internet sia a fini informativi che dispositivi. Il numero di famiglie che utilizza i canali digitali è cresciuto del 6%, i bonifici effettuati via web sono stati, sempre nel 2017, 10 milioni, quelli effettuati con collegamenti telematici diversi da internet 14 milioni per un totale di 24 milioni di operazioni, pari all'80% del totale. I bisogni di famiglie e imprese, con quelli di chi cerca o ha bisogno comunque della fisicità dello sportello, realizzano insieme il duplice obiettivo di semplificare la comunicazione e mantenere forte il legame tra gli istituti di credito e i propri clienti. Quelli descritti sono solamente alcuni dei luoghi comuni che noi di Assopopolari in un incontro avuto recentemente con il Fmi abbiamo provato a smontare. Niente è più efficace di un luogo comune che trasforma in verità ciò che vero non è per il solo fatto di essere stato detto e ripetuto pubblicamente. Dovrebbe invece essere doveroso, anche se più difficile, andare contro corrente per realizzare delle operazioni di verità.