

■ professione / gestione

Crescono per le piccole imprese le difficoltà di rapporto con gli istituti di credito, tra revoche di fidi e mancate erogazioni di prestiti. Alla base c'è spesso un problema di scarsa conoscenza e di mancanza di relazione: ecco come fare per difendersi al meglio

di Andrea Mongilardi

## Considerate la banca un fornitore (e imparate a trattare con il direttore)

**A**lzi la mano chi ha un rapporto sereno con la propria banca. Anzi, con le proprie banche, visto che le piccole imprese italiane - contrariamente a quelle del resto d'Europa - di norma hanno il conto in più istituti di credito. Di questi tempi, poi, ogni telefonata dalla filiale ha ottime possibilità di essere una rogna. La cattiva notizia è che i rapporti tra le banche italiane e le piccole imprese loro clienti sono destinati a complicarsi, almeno a breve, perché molte banche dovranno chiudere ulteriormente i rubinetti. La buona notizia è che ogni im-



prenditore, pur piccolo, può mettere in atto una serie di strategie per cercare di "gestire" la banca anziché restare in totale balia delle sue decisioni. Per spiegare come, Fabio Bo-

lognini ha scritto un utilissimo libretto, che si legge in una giornata. Bolognini le banche le conosce bene, per averci lavorato (ai vertici) oltre 25 anni. Ne conosce a fondo pregi

"Gestire le banche e il credito" (FrancoAngeli, 2012, pagg. 128, euro 17,50) è il libro realizzato da Fabio Bolognini per spiegare agli imprenditori come relazionarsi con le banche

e difetti, tanto quanto i vizi e le virtù degli imprenditori loro clienti. «In genere - spiega Bolognini - la banca non conosce i propri clienti e l'imprenditore non conosce chi decide i suoi affidamenti, perché i rapporti li tiene il commercialista o chi cura la contabilità. Invece occorre pensare alla banca come a uno dei propri principali fornitori. E dedicargli l'attenzione che merita. Anche perché il giudizio che la banca si crea sull'azienda può avere conseguenze molto importanti, come nei casi in cui decide

### Migliorare la relazione in tre mosse

#### rating

##### CONOSCENZA

Il primo passo è conoscere qual è il rating o almeno il giudizio che vi attribuisce la banca: di solito le banche non lo dicono spontaneamente. Occorre andare a informarsi, talvolta anche insistere (o cambiare banca). Più è basso, più i vostri eventuali fidi sono a rischio di revoca. Invitate il direttore nel vostro locale, per raccontargli come funziona la vostra attività.

#### fido

##### DIFESA

Il monte fidi delle banche italiane è destinato a ridursi. Difficile pensare di poter aumentare il proprio affidamento. Può essere invece molto importante cercare di difendere quello che si ha, sforzandosi di far conoscere meglio alla propria banca l'attività che si svolge e le caratteristiche. Meglio però attrezzarsi con un piano b: mettersi via un "tesoretto".

#### bilancio

##### PRESENTAZIONE

Molti imprenditori si limitano al "compitino" di consegnare alla banca il bilancio nudo e crudo, senza nessuna specifica. Un documento che da solo dice poco sulla bontà della vostra azienda. Meglio corredarlo con una breve relazione che metta in luce le caratteristiche della vostra attività. Se i dati non sono positivi, illustrate cosa intendete fare per migliorarli.



gestione / professione ■

**L'ESPERTO****FABIO BOLOGNINI**

Laureato in Economia aziendale all'Università Bocconi, ha lavorato 25 anni nel settore bancario in posizioni di vertice. Nel 2010 ha fondato Linker, società di consulenza: si definisce "medico curante delle piccole imprese".

unilateralmente di ridurre o revocare un fido». I fidi sono un tasto dolente: «Almeno per quest'anno e il prossimo - afferma Bolognini - le banche tenderanno a diminuire una parte dei fidi. Per le piccole aziende, la vera sfida sarà di riuscire a mantenere i fidi esistenti. Meglio invece abbandonare l'idea di averne di più».

**Difendere i fidi**

L'imperativo, per l'imprenditore, è di farsi conoscere meglio: «Chi ha un'attività che funziona dovrebbe invitare il direttore nel proprio locale e spiegarli meglio come funziona il proprio business - suggerisce Bolognini -. Difficilmente chi è in filiale ne conosce le dinamiche e le caratteristiche. Mostrategli le vostre eccellenze e parlategli dei vostri

piani e delle azioni intraprese per combattere la crisi». Non è detto che sia sufficiente, ma aiuta: «Suggerisco comunque di pensare a un piano b - dice Bolognini -: chi può dovrebbe mettere da parte un tesoretto, pari a 3-4 mesi di liquidità, da tenere lì e avere a disposizione in caso di emergenza».

**Andare preparati**

Le categorie di imprenditori che "hanno più bisogno" di parlare con la banca sono due: chi è in difficoltà o chi, al contrario, vuole investire: «In ogni caso andate preparati - afferma Bolognini -: se avete dei problemi, preparate un piano che spieghi come intendete risolverli e poi andatelo a presentare alla banca, insieme alle vostre credenziali. Se invece avete in



### Sono le informazioni qualitative a fare la differenza

mente un investimento e volete chiedere un finanziamento, è indispensabile predisporre un business plan da presentare, da cui emerga il conto economico e il cash flow dell'azienda per i prossimi due-tre anni. Tenendo conto che, rispetto al passato anche recente, l'atteggiamento delle banche è cambiato: adesso sono loro le prime a chiedere a chi vuole investire di metterci del capitale proprio. Perché la bontà di un progetto si misura anche su quanto l'imprenditore è disposto a rischiare in proprio». ■