

LA BANCA DEL TERRITORIO VA CONTROCORRENTE

È ben radicata nel bresciano, ma da anni punta sul fintech e allinea partner importanti, apre nuove filiali anziché chiuderle, ha parametri finanziari solidi (e in crescita): così Banca Valsabbina sta affiancando famiglie e Pmi

di Maddalena Bonaccorso

Una banca vicina ai cittadini e alle imprese, soprattutto nel momento del bisogno, che aumenta il numero di filiali anziché ridurlo e che sa essere contemporanea e futuribile riuscendo a mantenere uno stretto rapporto con i clienti. Utopia? Niente affatto, quantomeno non a Brescia. Perché proprio nella "leonesa d'Italia", come la appellò Carducci, ha sede Banca Valsabbina, società cooperativa per azioni fondata nel 1898, che da più di centoventi anni sostiene la crescita e lo sviluppo del territorio, facendo da interlocutore per famiglie, Pmi, artigiani e piccole attività economiche. Con le sue 70 filiali distribuite in buona parte del Nord Italia, la banca bresciana gestisce masse per quasi 10 miliardi di euro, vanta un solido patrimonio con un Cet 1 Ratio, il maggiore indicatore di solidità di una banca, pari a circa il 16%, il doppio rispetto all'8% minimo fissato dalla Bce.

Un modello di banca quasi "d'altri tempi", per il rapporto con i correntisti, ma moderna per innovazione e strategie di crescita: «Una banca come la nostra deve continuare a mantenere il presidio con il territorio per offrire ai clienti un canale diretto, siano essi privati o imprese», spiega Hermes Bianchetti, responsabile della Divisione Business di Banca Valsabbina, «ma per offrire servizi adeguati cerchiamo di sfruttare anche le opportunità offerte dal fintech e dalla finanza agevolata. Questo ci consente di continuare a crescere e, in tempi in cui si parla sempre più di aggregazioni, mantenere la nostra indipendenza».

E i risultati economici hanno indubbiamente



te premiato le strategie, considerando che nel bilancio 2020 appena approvato emerge un utile ante imposte di 33,7 milioni di euro (+31% rispetto al 2019) e un utile netto di 24,3 milioni, in aumento del 20% rispetto allo scorso esercizio. Un dato che conferma la buona performance della banca che, mal-

**I RISULTATI ECONOMICI 2020 HANNO
PREMIATO LE STRATEGIE DELL'ISTITUTO
PORTANDOGLI UN UTILE NETTO
DI 24,3 MILIONI DI EURO (+20%)**

grado il contesto condizionato dalla crisi determinata dalla pandemia, è stata comunque in grado di generare valore per gli azionisti. Ulteriore conferma in tal senso viene dalla lettura del rapporto tra l'utile ed il patrimonio netto medio, principale indicatore della redditività aziendale, che è pari al 6,8%, tra i migliori nel novero delle banche cosiddette tradizionali. Gli impieghi alla clientela ammontano

a 3.415 milioni di euro, in crescita del 9% rispetto al 2019. Inoltre, è stato approvato dall'Assemblea dei Soci la distribuzione di un dividendo unitario pari a 0,13 euro per azione: «È stato il miglior risultato nella storia dell'istituto», continua Bianchetti, «nonostante la situazione di estrema difficoltà che ha caratterizzato il 2020. I dati che emergono dal bilancio confermano la solidità e l'affidabilità del nostro istituto e consentono di guardare al futuro con maggiore serenità, un futuro in cui vogliamo dare stabilità ai risultati fin qui ottenuti ma in cui, soprattutto, vogliamo continuare a garantire il nostro sostegno alle famiglie e alle imprese del territorio, per aiutarle a superare insieme questo momento di difficoltà. Continueremo a svolgere il nostro compito, che non è solo quello di creare valore, ma

di supportare anche lo sviluppo dei territori dove operiamo con iniziative e azioni concrete, perché è ciò che una banca del territorio deve fare, soprattutto in momenti come questi. In attesa, che l'economia dei nostri territori riparta e possa esserci per tutti il ritorno alla normalità».

I clienti hanno premiato questa strategia: il numero dei conti correnti aperti presso le filiali di Banca Valsabbina, infatti, è in crescita del 3%, passato dai 87.653 del 2019 ai 90.619 del 2020, e conferma l'efficacia della strategia adottata, che punta a sviluppare al meglio i servizi offerti nei territori in cui opera la banca presidiando i principali capoluoghi di provincia dell'Italia settentrionale. Vale la pena ricordare l'apertura della seconda filiale a Milano in piazzale Cadorna, lo scorso ottobre, (che si aggiunge a quella già operativa dal 2017 nel quartiere di Porta Venezia) e la previsione di una nuova filiale a Parma entro la fine dell'anno, con l'obiettivo di consolidare la presenza in Emilia-Romagna, dove è già presente a Bologna, Cesena, Modena e Reggio Emilia. «Anche in questo siamo in controtendenza», continua Bianchetti: «leggiamo ogni giorno notizie relative a istituti che chiudono sportelli riducendo così il presidio fisico del territorio. Brescia e la Lombardia rimangono il nostro *core*, ma siamo convinti che ci siano ancora margini di crescita e guardiamo sempre con interesse alle opportunità di crescita che offrono i territori più dinamici, soprattutto nelle regioni del Nord Italia». Oggi Banca Valsabbina opera attraverso una rete territoriale che conta 70 filiali: 46 in provincia di Brescia, 8 in provincia di Verona e 16 tra quelle di Bergamo, Bologna, Mantova, Milano, Modena, Monza-Brianza, Padova, Reggio Emilia, Torino, Trento, Treviso, Vicenza e Cesena. L'evoluzione rapida e forzata del mercato bancario impone di avere ben chiara la strategia di sviluppo commerciale e di marketing, rinnovando l'offerta di prodotti e servizi e dando vita anche a nuovi segmenti di business. Per esempio, sono state definite

le modalità con cui supportare la clientela nell'ambito della realizzazione di interventi Superbonus 110%, mettendo a disposizione linee di credito dedicate e strutturando un efficace processo di compravendita di tali crediti, che ha già permesso di formalizzare l'acquisto di alcuni portafogli.

«La diversificazione del business è uno dei capisaldi della strategia a medio e lungo termine della Banca, con l'obiettivo di offrire servizi in linea con le aspettative e i bisogni

BANCA VALSABBINA È STATA FRA I PRIMI A INVESTIRE IN SATISPAY E DA ALLORA HA CREATO PARTNERSHIP CON DIVERSI OPERATORI FINTECH

del cliente», ricorda Hermes Bianchetti, «e per fare questo bisogna avere la capacità di guardare alle novità che anche nel settore bancario sono arrivate dal fintech. Voglio ricordare che anni fa siamo stati tra i primi a investire in Satispay, quando era una piccola ma promettente startup, e da allora la collaborazione non si è mai interrotta; e che in questi ultimissimi anni abbiamo creato partnership con alcuni operatori fintech. Nel 2018 abbiamo inoltre stretto una partner-

ship con ViviBanca per presidiare il mercato della cessione del quinto dello stipendio, che continua a presentare interessanti tassi di crescita e un buon profilo rischio/rendimento per gli investitori; nel 2019 abbiamo poi avviato una collaborazione con AcomeA Sgr per associare l'innovativo salvadanaio digitale Gimme5 al conto corrente dei nostri clienti, che hanno potuto disporre così di un servizio innovativo e gratuito per la gestione dei propri risparmi, che consente anche ai piccoli risparmiatori l'accesso a prodotti di investimento diversificati e gestiti professionalmente. In sinergia con la partecipata Integrae Sim sta inoltre proseguendo l'attività di supporto alle imprese che intendono quotarsi sul mercato Aim di Borsa Italiana per sostenere la propria crescita. E se guardiamo agli ultimi mesi, stiamo lavorando ad altre operazioni di cartolarizzazione a sostegno delle Pmi italiane in partnership con operatori fintech. Stiamo inoltre valutando», conclude Bianchetti, «ulteriori partnership con aziende che operano in tale settore, nell'ambito dell'aggiornamento delle linee strategiche della banca».



HERMES BIANCHETTI

“

**UNA BANCA
COME LA NOSTRA
DEVE OFFRIRE
AI CLIENTI
UN CANALE DIRETTO,
SIANO ESSI
PRIVATI O IMPRESE**