

Piccole banche e sviluppo economico

Intervista a Ugo Malasomma Presidente Banca Promos, banca partner della Scuola, specializzata nei servizi di investimento ai principali players del mercato dei capitali

Qual è il ruolo delle banche locali per lo sviluppo economico del territorio?

Un ruolo fondamentale. Impiegano nelle imprese meridionali tutta la raccolta, a differenza delle grandi banche di sistema. In quest'ottica, le banche locali sono uno dei principali attori dello sviluppo economico del territorio. Possono contare su una conoscenza diretta, spesso personale, della clientela e mettere a frutto nella valutazione del merito creditizio la vicinanza, anche culturale, alle imprese. Inoltre, sono parte del sistema bancario, ne offrono le garanzie, le tutele e le opportunità, ma riescono a muoversi con maggiore agilità e ad offrire un servizio tagliato su misura.

Come si pone la sua banca in un contesto di grandi gruppi bancari? Quale sono i vostri punti di forza?

I grandi gruppi da oltre trent'anni costituiscono la nostra clientela di riferimento sui mercati finanziari. Abbiamo quindi imparato a conoscerli molto bene, e cerchiamo perciò di non replicarne alcuni aspetti: l'eccessiva burocrazia, la rigidità, la massificazione della clientela. Da noi la parola d'ordine è personalizzazione: selezioniamo con cura "artigianale" la nostra clientela, ascoltandone tuttavia le esigenze peculiari e tenendo conto della storia di ciascuno. La struttura snella, poi, ci consente di operare con efficienza e velocità e l'assenza di "ordini di scuderia" ci conferisce maggiore autonomia.

Cosa ha apprezzato di più nella collaborazione con l'IPE e in particolare del coordinamento del Project Work svolto dagli allievi?

La collaborazione tra Banca Promos e l'IPE prosegue da diversi anni. Abbiamo sempre aderito con entusiasmo all'iniziativa del project work, che avvicina gli studenti dell'IPE alla struttura operativa della banca arri-

vando a risultati di alta qualità che compendiano le due energie. Noi auspichiamo anzi progetti meno concentrati nel tempo, di durata anche maggiore dei due mesi attuali: crediamo che in questo modo si possa meglio favorire la conoscenza reciproca, con convenienza da ambo le parti. Quest'anno il progetto prevedeva la realizzazione di uno strumento di ricerca, volto a fornire supporto informativo ai nostri operatori ed alla clientela internazionale del settore finanziario. Sono state elaborate analisi di calcolo, selezionate le informazioni ed è stata informatizzata la reportistica, mettendo insieme le competenze della struttura di analisi e della struttura tecnica della banca. Il risultato è un report quotidiano in produzione già da qualche mese, che oggi viene inviato a centinaia di operatori internazionali con riscontri più che soddisfacenti.

Quali sono le maggiori difficoltà che un neo-laureato incontra una volta inserito in azienda?

Non ci sono dubbi: tradurre nella pratica lavorativa di tutti i giorni le conoscenze teoriche.

Quali sono le caratteristiche (professionali e umane) del candidato ideale per Banca Promos?

Non possiamo prescindere da una solida preparazione di base sia finanziaria che culturale. Su questo si lavora poi per sviluppare le competenze pratiche, che a nostro avviso si apprendono solo "sul campo". Più complesso è il discorso delle doti umane: cerchiamo senz'altro persone curiose, motivate, umili, appassionate. Quello che davvero conta però è la capacità di guardare al futuro, l'intelligenza di capire che è importante fare gli investimenti con uno sguardo prospettico. E questo è un dono molto raro. ■

