

BANCA PROMOS

Benvenuti nella nuova dimensione della finanza

Banca Promos, una vera eccellenza napoletana, dopo 8 anni di successi, conta ad oggi oltre 50 dipendenti e uffici operativi a Firenze e Londra.

di Giuseppe Porcelli

Adue passi dal Lungomare napoletano, in un palazzo antico ed elegante, basta oltrepassare un portone per trovarsi in una nuova dimensione.

Una dimensione non usuale per Napoli, quella della finanza e della borsa, dei mercati internazionali e degli eurobonds, curati e studiati con una professionalità fuori dal comune.

È la realtà della Banca Promos, una vera eccellenza napoletana, nata dalla ferrea volontà del suo attuale presidente Ugo Malasomma.

Una storia che nasconde le sue radici nei primi anni '80 quando Malasomma fonda la **Promos** srl. La svolta arriva nel 1987: l'Italia si apre ai mercati internazionali e la Promos si specializza nel settore divenendo un vero pioniere di questa attività.

"Ho acquistato 50 azioni della Pepsi Cola per testare il mercato internazionale - dice Malasomma - è stato un primo passo, fatto con un investimento esiguo, che ha però aperto le porte verso un nuovo mondo".

Nel 2004 il vero salto di qualità. "Le banche preferiscono parlare con altre banche - aggiunge il presidente - quindi, per continuare a svolgere al meglio la nostra attività, abbiamo progettato la trasformazione in banca ed ottenuto la necessaria autorizzazione dalla Banca d'Italia".

Oggi, dopo 8 anni di successi, Banca Promos conta oltre 50 dipendenti con sede a Napoli e uffici operativi a Firenze e a Londra.

L'attività prevalente è legata al mercato dei capitali. Il modo di operare però è tradizionale. Si dà, infatti, importanza primaria all'individuo, alle sue competenze e alle sue sensazioni. Ma è ovvio che si è al passo con i tempi e, quindi, l'elemento umano deve essere coadiuvato da tecnologie avanzate.

"Quasi l'8% del nostro personale è costituito da informatici - prosegue Malasomma - un dato che sottolinea l'importanza di cercare il giusto equilibrio fra tecnologico e umano".

La filosofia della banca è quella di formare il personale al proprio interno "spesso però - dice il presidente - dopo alcuni anni di formazione e lavoro, i nostri ragazzi volano verso le



“

Abbiamo portato a Napoli i primi provider: era necessario poter comunicare in real time e anticipare la rivoluzione informatica che si sarebbe poi diffusa ovunque.



grandi banche internazionali. Per noi è una soddisfazione, ma anche un piccolo rimpianto che ci spinge a far sempre meglio e a favorire il più possibile le carriere interne, anche se non sempre è così facile.”

Secondo Malasomma, oggi è ancora il mercato europeo, insieme a quello statunitense, a farla da padrone, ma bisogna tener d'occhio il mercato asiatico che è in continua espansione. In passato, proprio per questo, Banca Promos ha avuto una sede anche a Kuala Lumpur, in Malesia. Oggi le distanze si sono ridotte grazie alla tecnologia. La testimonianza di una struttura che precorre i tempi è proprio un sistema informatico, che fin dai primi passi della società, è sempre stato all'avanguardia: “ad esempio abbiamo portato a Napoli il primo provider di internet agli inizi degli anni '90 – dichiara il numero uno di Banca Promos – per rispondere alle esigenze di velocità e comunicazione real time della finanza e anticipando la rivoluzione informatica che si sarebbe poi diffusa ovunque.”

La banca ha il suo quartier generale a Napoli, la città che le ha dato i natali, ma il 95% del volume di affari è realizzato sui mercati internazionali con i più grandi operatori bancari del mondo. “Abbiamo quindi bisogno – prosegue il presidente - di persone che oltre ad avere importanti basi di economia conoscano molto bene le lingue. Questo a volte ha rappresentato un problema e, in alcuni casi, abbiamo

privilegiato, per le assunzioni, chi aveva ottime conoscenze linguistiche e magari nessuna preparazione economica. Il lavoro strettamente finanziario lo abbiamo poi insegnato noi, all'interno della nostra struttura”.

Le difficoltà del mercato del lavoro locale si uniscono poi a quelle più ampie che derivano dalla globalizzazione.

“Un esempio è l'approccio dei media al mondo dell'economia, che nel tempo è molto cambiato. Spesso vengono violate le regole più semplici come il “non diffondere informazioni a mercati aperti”. Allarmismo e sensazionalismo sono all'ordine del giorno. Ogni comunicazione, al contrario, andrebbe ponderata, verificata e trattata con attenzione prima di essere diffusa per non rischiare di provocare danni ai mercati e di conseguenza agli investitori”.

Accanto alla stampa, le società di rating detengono un enorme potere che deve essere gestito con molta attenzione vista la delicatezza dei mercati. “Spesso l'attività e l'utilità di queste società – conclude Malasomma - è messa in discussione dagli emittenti, ma fin quando il sistema resterà così bisognerà trovare un modo per adattarsi”.

Una vita dedicata all'alta finanza restando a Napoli: un vanto, ma anche una sfida che Ugo Malasomma vuol vincere ogni giorno.



UGO MALASOMMA

Presidente di Banca Promos, una vera eccellenza napoletana nel settore della finanza.