

L'impresa in un periodo di crisi

una impresa a colori

Varese, 12/4/2010

UBI  Banca Popolare
di Bergamo

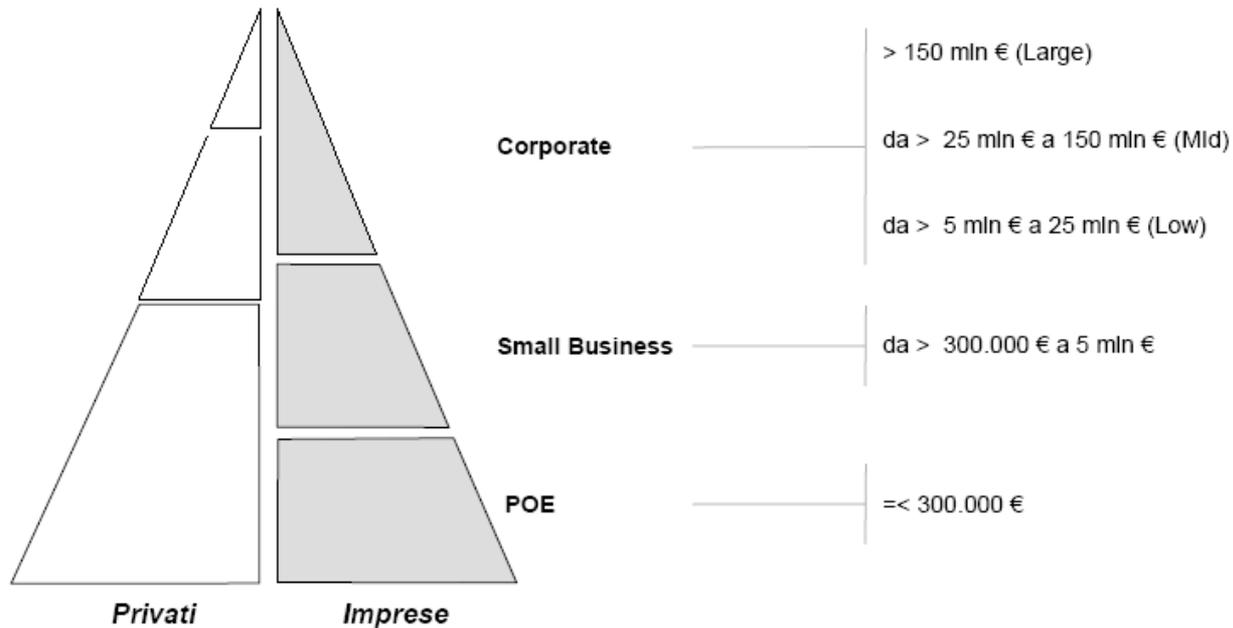
La Comunicazione dell'Impresa

Intervento dell'Area Manager della Direzione Mercato Retail F.Debellini

Riferimenti: flavio.debellini@bpb.it

- La segmentazione imprese-

Fatturato



Mercato Retail Aziende

91.000 Clienti

Di cui 31.000 Pmi

4.8 mdi Impieghi

**Oltre 400 gestori e
300 Direttori di Filiale**

Il dialogo Banca & Azienda Retail

Il fattore dimensionale incide in modo importante sulle Aziende retail evidenziando criticità che possono influenzare negativamente il risultato della valutazione. Le principali :

1- L'Imprenditore risulta molto spesso l'unico motore dell'azienda. Egli non rappresenta solo la proprietà ma e' anche il tecnico, il commerciale, l'amministrativo, con evidenti ripercussioni in termini di specializzazione e grande difficoltà dell'azienda in caso di sostituzione (ad es. passaggio generazionale)

2- L'Azienda Retail difficilmente ha una sua autonomia di vita. Nella maggior parte dei casi, ad una frequente sottocapitalizzazione si aggiunge il fenomeno della "confusione" fra impresa e imprenditore.

3- La reportistica disponibile è di solito scarsa e limitata alle esigenze minime siano esse civilistiche che fiscali. Va segnalato che ancora oggi la richiesta di informazioni viene interpretata molto spesso come carenza di fiducia.

Il dialogo Banca & Azienda Retail

Le criticità evidenziate devono trovare nella relazione Azienda / Gestore le informazioni di come l'Azienda vuole governare questi fenomeni e come si sviluppa il suo business. In questa attività l'imprenditore **può chiedere la collaborazione del Gestore** ad esempio per:

- **Dare un minimo di visione prospettica anche attraverso la definizione di un semplice business plan**
- **Fornire una visione complessiva Azienda /Privato. Il fatto che un cliente operi come Privato e Azienda con la Ns. Banca costituisce per un grande valore in sede di analisi**
- **definire l'organizzazione aziendale e identificare le figure chiave**

Il dialogo Banca & Azienda Retail

Ma entrambe gli attori hanno interesse a che ciò avvenga :

Azienda	Banca
Facilitare l'accesso al credito	Migliorare la relazione con le Aziende
Migliorare l'immagine vs i terzi	Ridurre i costi del credito
Ridurre i costi del credito	

Spunti per il miglioramento:

Azienda	Banca
Struttura patrimoniale delle Aziende	Capacità di contatto dei gestori (quantitativa)
Dettaglio dei dati di bilancio /	Condivisione delle perplessità
Disponibilità bilanci provvisori	Ulteriore sviluppo dei rapporti con i Confidi di Categoria
Piani di sviluppo / razionalizzazione	
Portafoglio Ordini	
Condivisione del momento di difficoltà	

Fiducia : sentimento di sicurezza che deriva dal confidare senza riserve