

Le banche ai tempi dei social media

Pubblicato: Sabato 21 Dicembre 2013



«Per troppo tempo c'è stata una spersonalizzazione delle banche e l'effetto è stato quello di un allontanamento da parte delle persone, perché le avvertivano come entità estranee alla vita del territorio. Una banca invece dovrebbe essere sempre espressione di una comunità e vivere con essa». Queste parole sono di un imprenditore intervenuto alla festa di beneficenza organizzata dalla **Bcc di Busto Garolfo e Buguggiate** nella filiale di via Veratti insieme al **consorzio Varese nel cuore e Latte Varese** uniti per raccogliere fondi in favore di **Ail** (Associazione italiana contro le leucemie) e **Caritas**. Non importa sapere chi è l'imprenditore, ma è importante sapere perché fosse lì insieme a tantissime altre persone non necessariamente legate al suo business, alcune delle quali semplici tifosi della squadra di basket. La risposta è semplice: perché **voleva sentirsi parte di una comunità** in un momento dove non era la competitività a motivare la sua presenza e tantomeno la politica, ma la solidarietà.

La scelta della Bcc di spalancare le sue porte è figlia del nostro tempo, perché nell'era dei social media se non condividi (anche gli spazi) rischi di non intercettare più il sentimento delle persone e di aumentare la distanza che da sempre esiste tra gli istituti di credito e i cittadini. Certo, si parla di una banca, non di un bar o di un ristorante, particolare che non rende facile questo tipo di operazioni. Abitudini e cultura sono difficili da cambiare, ciò che conta però è iniziare a rompere una barriera tra chi sta dentro e chi sta fuori, soprattutto in un momento non felicissimo per l'economia.

E la trasparenza – un vero pallino per **Roberto Scazzosi** e **Luca Barni**, rispettivamente presidente e direttore generale della Bcc – non può essere tale se non sei disposto a mostrare la tua casa anche in un momento non istituzionale, dove la relazione non è dettata solo dalla forza economica, dallo status e dal potere contrattuale. Mostrare il lato umano, quello vero, è il modo migliore per tingere di umanità luoghi che in questi ultimi quindici anni, come diceva l'imprenditore all'inizio, sono stati resi asettici.

Massimo Tufano, direttore della filiale di via Veratti e «motore» dell'iniziativa di solidarietà, ha così sintetizzato l'esperienza: «La banca non è un monolite, ma un corpo che vive in un contesto nei cui confronti abbiamo il dovere di essere aperti».

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it

