

Banche e piccole imprese, un rapporto da “sindrome di Stoccolma”

Pubblicato: Giovedì 28 Gennaio 2016



Quando **Confartigianato imprese Varese** ha commissionato la **ricerca sui servizi finanziari per le piccole imprese**, le relative criticità e i possibili spazi di sviluppo, la prima reazione di **Carmine Tripodi**, docente dell'università **Bocconi** di Milano, è stata istintiva: «Ancora su questo tema?».

«In realtà – ammette lo stesso Tripodi – il rapporto tra banche e imprese non si esaurisce solo nel chiedere un mutuo al tasso migliore. Quindi nella lettura di questo rapporto, occorre partire da un'altra prospettiva». E la prospettiva non poteva che essere quella delle **imprese stesse che fanno scelte diverse e assumono comportamenti contraddittori a seconda dei loro tratti distintivi**: la dimensione (grande o piccola), il momento attraversato (di crisi o di successo), la capacità di stabilire partnership (isolate o parte di una rete) e la salute finanziaria (in equilibrio o indebitate fino al collo).

Delle oltre **300 imprese** che hanno partecipato alla ricerca, l'**80% sono “millennials”**, cioè nate negli ultimi quarant'anni, la maggior parte sono associate e attive nell'utilizzo dei servizi finanziari (60%) offerti da Confartigianato, il 22% non ne hanno mai usufruito, il 18% almeno una volta in passato. Gli imprenditori alla plancia di comando **hanno un'età media compresa tra i 40 e i 50 anni**, in tasca un **diploma di maturità (49%)**, un diploma di **licenza media (39%)**, una laurea (7%) e una licenza elementare (6%). Il **71% del campione ha un numero di collaboratori che va da 1 a 5**, il 21% da 6 a 10 e il 7% più di 11. Il fatturato medio è di **500 mila euro**.

Pur non sapendo valutare i propri fabbisogni finanziari per mancanza di competenze specifiche, il **71% degli imprenditori interpellati si occupa in prima persona delle questioni finanziarie** e anche quando decide di appoggiarsi a un consulente (8%) lo controlla da vicino. Il **53% non conosce la pianificazione finanziaria e il 23% redige un business plan solo quando lo richiede la banca**. «C'è un'evidente contraddizione – spiega Tripodi – tra i bisogni reali e la limitatezza di quelli percepiti. È come se l'imprenditore guardasse questi problemi dal buco della serratura».

Ancora più **contraddittorio** è il modo con cui le imprese interpellate scelgono la banca per risolvere i loro problemi finanziari. **La reputazione, le relazioni e il passaparola pesano meno rispetto all'esperienza e alla competenza**. La contraddizione più evidente è però la seguente: se un artigiano deve pensare a un interlocutore privilegiato per la consulenza finanziaria non pensa a un consulente, ma alla banca, anche se poi ne parla male (non mi offrono quello che cerco 33%, non soddisfano sempre le mie aspettative 33%, non sono oneste e sincere 29%, non posso contare su di loro 26% e così via). Da una parte si vorrebbe maggiore comprensione dagli istituti di credito (71%), dall'altra non li si vuole tra i piedi (68%). I ricercatori parlano di “**Sindrome di Stoccolma**”, definizione usata nei casi in cui si stabilisce un rapporto di dipendenza tra vittima e carnefice, perché tra imprese e banche prevalgono elementi che non hanno nulla di razionale, proprio come accade nella famosa sindrome, ovvero: **l'abitudine, la frequentazione e la mancanza di alternative**.

In questo rapporto “malato” esistono però **interessanti spazi di segmentazione** perché i comportamenti delle imprese sono tutt'altro che lineari. **Al crescere delle competenze** danno più peso alla professionalità, all'esperienza e alla consuetudine. Quando invece **crescono di dimensioni** in banca ci vanno volentieri, mentre pensano di poterne fare a meno, ogni qualvolta si sentono più sicure. «È un'analisi nuda e cruda di come siamo noi artigiani – ha commentato **Davide Galli**, presidente di Confartigianato Varese -. Spesso abbiamo la presunzione di avere tutte le competenze necessarie. Il vero problema è che noi siamo immersi nel lavoro e percepiamo il rapporto con le banche come un fastidio».

È significativo invece il rapporto con **l'associazione di rappresentanza**, decisamente più razionale perché viene preferita per **professionalità, esperienza e consuetudine**, piuttosto che per un'assidua frequentazione. Anche le imprese che non si rivolgono a Confartigianato e quindi non ne conoscono bene i servizi offerti ne hanno un'opinione positiva. Quelle invece in difficoltà e con più deboli conoscenze finanziarie si limitano a pensarla frequentemente come l'ideale interlocutore per risolvere i problemi.

Nonostante banca e impresa non possono prescindere l'una dall'altra, il fossato che le divide rimane piuttosto profondo: negoziano prodotti e servizi solo in caso di necessità e non ragionano in termini di partnership e quindi raramente condividono progetti. Per colmare questa distanza, secondo la ricerca, occorre che gli imprenditori, da una parte, rafforzino le proprie competenze per capire meglio i fabbisogni e per valutare adeguatamente prodotti e servizi e, dall'altra, imparino a utilizzare gli strumenti di pianificazione finanziaria sia nella gestione aziendale sia nella comunicazione con i soggetti esterni. In questo modo avrebbero più capacità di previsione, più facilità di comprensione per le banche e una migliore reputazione.

Nel processo di cambiamento **le banche non possono limitarsi a guardare** ma devono partecipare attivamente alla crescita di consapevolezza delle imprese, aiutandole a rafforzare le competenze necessarie. A loro volta però devono sforzarsi di entrare in azienda per conoscere processi, prodotti e imprenditori. Solo così potranno riconquistare la loro fiducia.

Leggi anche

- **Varese** – L'imprenditore deve ripensare il suo mestiere

- **Economia** – Meno problemi in banca per gli artigiani grazie a un nuovo software
- **Varese** – Tra banche e piccole imprese è un dialogo tra sordi

Michele Mancino

michele.mancino@varesenews.it