

LAVOCE

di Romagna



Sabato 17 ottobre 2009
Anno XII N. 287 €1



Cesena

Tariffa R.O.C. "Poste Italiane S.p.A. - Spedizione in Abbonamento Postale - D.L. 363/2003 (conv. in L. 27/02/2005 n° 46) art. 1 comma 1 - DCB Rimini" valida dal 03/03/99. "Abbinamento facoltativo con il Risorgimento dell'Arte € 1,00 + il prezzo d'quotidiano.

Originale spot della Banca Romagna Cooperativa
Un direttore che ci mette la pancia



**Pensa
in grande.**

Sottoscrivi 100 azioni BRC e riceverai
un buono per una vacanza Iperclub.

Pensa in grande, ma pensa in fretta: ▶ A pag. 19
scade il 31 dicembre 2009!

Nonostante la crisi numeri positivi per il primo compleanno di Banca Romagna Cooperativa

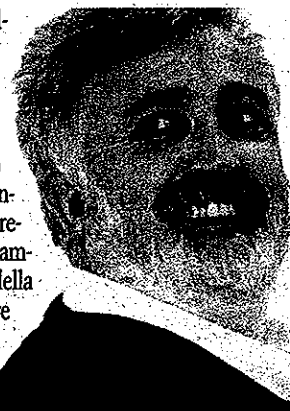
La banca che pensa in grande

Aumento del capitale sociale, il direttore ci mette la pancia

CESENA - Ad un anno dalla nascita Banca Romagna Cooperativa continua a crescere. E l'istituto di credito sorto dalla fusione tra Banca Romagna Centro e la Bcc di Macerone "pensa in grande". Così come recita lo spot della nuova campagna di sottoscrizione della banca su cui il direttore Gualtiero Giunchi ci ha messo la faccia e... la pancia.

"Pensare in grande aiuta a crescere", sottolinea sorridendo il direttore, che quando gli hanno proposto di posare per la nuova pubblicità di Brc ha detto "subito di sì. Siamo tutte persone del posto, facce conosciute, ci presentiamo così come siamo. Abbiamo voluto rafforzare il nostro modello di banca amica, di prossimità. Riteniamo sia un messaggio importante".

Giunchi, a dodici mesi dalla fusione



Pensa in grande.

Sottoscrivi 100 azioni BRC e riceverai un buono per una vacanza Iperclub.

Pensa in grande, ma pensa in fretta: scade il 31 dicembre 2009!

tra Romagna Centro e Macerone, che un anno fa aveva sollevato diverse critiche anche tra i soci, che bilancio si può fare?

La scelta è stata azzeccata?

Direi proprio di

sì. La struttura più pesante ci ha permesso di affrontare la crisi con qualche patema in meno. Di fronte agli arretramenti di tante banche è motivo d'orgoglio registrare che il credito cooperativo tiene e nella nostra provincia, nel periodo da giugno 2008 a giugno 2009, ha aumentato gli impieghi e la raccolta del 13%. La nostra banca ha fatto ancora meglio, con gli impieghi, cioè prestiti a famiglie e imprese, cresciuti del 18% e la raccolta diretta, quindi i depositi dei clienti, del 13%. Alla luce di questi numeri possiamo affermare che le due banche separate, di fronte all'attuale congiuntura, avrebbero sofferto di più e non avrebbero raggiunto tali risultati.

E che significato hanno per voi questi risultati?

Innanzitutto ci dicono che non abbiamo fatto mancare il nostro sostegno all'economia territoriale.

Se la raccolta cresce vuol dire che la banca, con i suoi prodotti e il suo comportamento, ha riscosso fiducia. Abbiamo canalizzato l'interesse di chi cercava investimenti più sicuri e semplici.

Sindacati e associazioni di categoria denunciano spesso la stretta creditizia, anche a livello locale. Lei lo avverte questo fenomeno?

Si sente spesso dire che il sistema bancario ha chiuso i rubinetti, che alle aziende non si fa più credito, che le famiglie vengono lasciate sole. Per noi non è così, parla il bilancio. Abbiamo cercato di aiutare chi era in difficoltà per non far mancare il rapporto del credito, cosa che mi risulta abbiano fatto tutti, chi più chi meno, nel sistema bancario. Ma per noi è un agire normale: l'essere banca locale vuol dire questo, rispondere alle necessità, essere pronto sia quando c'è il vento in poppa, sia quando ci sono nubi all'orizzonte. Se tutti gli attori del territorio concorrono al passaggio del momento difficile, credo che arriveremo prima, tutti assieme, verso acque più tranquille.

Dalla campagna di aumento del capitale sociale cosa pensate di ottenere?

Alle banche si chiede di essere patrimonialmente forti, di avere alle spalle una certa solidità per rispondere al meglio in momenti difficili. Per una cooperativa come la nostra l'aumento di capitale è un salto di qualità: dimostriamo tangibilmente che tutti facciamo la nostra parte. La raccolta, che per noi è come la benzina, da sola non basta. Serve patrimonio, che è quel circuito favorevole che ti permette di spendere la benzina. Da qui a fine anno continueremo con questa politica di rafforzamento pa-

trimoniale, anche se, essendo una cooperativa, da noi vige la regola una testa un voto, qualunque sia la quota detenuta.

La crisi si è fatta sentire sul vostro bilancio sociale?

Utile è in diminuzione, ma stiamo mantenendo il nostro impegno sul sociale come ci eravamo prefissati

prima della crisi. Lo scorso anno abbiamo impiegato 1 milione 700 mila euro e quest'anno abbiamo deciso di non spendere un euro in meno. Cerchiamo di mantenere fede al nostro mandato, per noi il bilancio sociale è l'aspetto più cooperativistico del nostro essere banca.

Maiol Mercuriali