

Intervista a Marco Morganti, amministratore delegato di Banca Prossima a cura di

**CIDIM - COMITATO NAZIONALE ITALIANO MUSICA
membro dell'IMC - INTERNATIONAL MUSIC COUNCIL
Organizzazione Internazionale Non Governativa in partnership ufficiale
con l'UNESCO**



Le specificità del terzo settore e, più in generale, quelle del vasto mondo che ruota intorno al non profit hanno portato il gruppo Intesa San Paolo a costituire Banca Prossima. Come questo vasto arcipelago di soggetti ha risposto alla proposta davvero innovativa di una banca dedicata al settore?

Credo che abbia risposto molto positivamente. In soli quattro anni abbiamo raggiunto 18.000 organizzazioni nonprofit, una crescita che non ha molti riscontri nel resto del sistema bancario; inoltre la maggioranza dei nostri clienti non aveva contatti precedenti con il nostro gruppo: sono stati convinti da noi della bontà della proposta. Già in precedenza era opinione diffusa nel mondo nonprofit che il colloquio con le banche tradizionali fosse complesso e che una banca specializzata avrebbe potuto superare queste difficoltà. Comunque, più dei convincimenti possono i fatti: ora, in molte regioni, funziona bene anche il "passaparola" di chi ha già un rapporto con noi, a fianco del nostro impegno diretto.

Anche per molti soggetti, promotori delle attività musicali in Italia, il tema dell'accesso al credito costituisce un particolare problema. Quali le proposte di Banca Prossima?

Naturalmente non esiste un'unica soluzione per ogni situazione. Quando il problema è l'incertezza nella tempistica e/o nella misura dei contributi pubblici (o anche privati), possiamo risolvere la situazione con anticipazioni variamente disegnate, a volte in convenzione e quindi a condizioni favorevoli; se il problema ha più a che fare con il finanziamento di progetti a lungo termine, anche qui abbiamo alcune convenzioni – per esempio con il mondo dello spettacolo – e comunque facciamo perno sulla valutazione assistita dal nostro modello di rating specializzato per il terzo settore. Certo bisogna dire che il credito non può risolvere le situazioni in cui l'organizzazione non sa come sopravvivere, ma possiamo comunque aiutare a raggiungere la sostenibilità: per esempio attraverso la consulenza e la fornitura di strumenti per il fundraising, l'aiuto al reperimento di volontari, la riduzione di alcuni tipi di costi. In alcuni casi – anche se non nel mondo culturale – abbiamo anche costruito insieme ai nostri clienti parte dei loro piani finanziari a lungo termine, per recuperare una sostenibilità economica in pericolo. Pensiamo di poter applicare queste stesse logiche anche al mondo culturale e specificamente a quello musicale, e siamo sempre aperti ai suggerimenti dei clienti.

Quali sono gli elementi per Banca Prossima determinanti al fine dell'acquisizione di un soggetto del terzo settore fra i propri clienti?

Alla fine tutto si sintetizza in una sola parola: sostenibilità. Questa ha due facce: una sostenibilità morale, nel senso che dobbiamo essere preliminarmente convinti che i nostri clienti producano valore sociale; ma questo non è un problema per la grande maggioranza delle organizzazioni non profit. Quando il soggetto ci chiede credito, dobbiamo indagarne la sostenibilità economica, nel senso della capacità di restituire ciò che gli prestiamo. Ovviamente la difficoltà e l'opportunità stanno nella valutazione di quest'ultima: grazie al nostro modello di rating, specializzato per il terzo settore, teniamo conto di una serie di parametri che una banca tradizionale normalmente non considera: per esempio la capacità di ottenere fondi, dal pubblico o da privati (donatori istituzionali, come le fondazioni di erogazione, o persone

fisiche); l'esistenza di un piano convincente di attività; una rete di contatti nel mondo non profit che permette di condividere attività e costi; la capacità di attrarre volontari; un management in grado di perseguire tutte queste strategie, e via così.

Nell'ambito delle attività di Banca Prossima si è sviluppata la piattaforma Terzo Valore. Può riassumercene i contenuti?

Terzo Valore è un portale web (www.terzovalore.com) sul quale le organizzazioni non profit possono chiedere ai loro sostenitori non solo donazioni, ma anche credito. Funziona così: l'organizzazione porta un progetto a Banca Prossima. Noi lo vagliamo e, se siamo convinti, offriamo di finanziare l'intero ammontare a condizioni di mercato. L'organizzazione può esporre il progetto sul portale e chiedere ai sostenitori di finanziarne "pezzi", a tagli piccoli e tassi di favore, con la certezza – fornita ai sottoscrittori da Banca Prossima – che il capitale sarà restituito. Il finanziamento si fa in modo molto semplice e direttamente sul portale. Banca Prossima fornisce almeno un terzo del credito, se la raccolta ha successo, ma arriva fino al 100% se la raccolta è modesta. Il tutto è approvato dalle autorità di vigilanza. Abbiamo già finanziato in questa maniera una decina di progetti, di cui uno (il restauro della chiesa parrocchiale di Arcade, vicino a Treviso, con contributi da parte dei parrocchiani) ha avuto anche una certa notorietà.

Può accennarci alle azioni di Banca Prossima per il "cinque per mille": dall'apertura di credito, alle anticipazioni fino al sostegno alle campagne di sensibilizzazione?

Sì, in realtà per il cliente è molto semplice. Banca Prossima, fin dal 2008 quando eravamo i primi e unici a farlo, propone alle organizzazioni non profit che raccolgono il "cinque per mille" un'anticipazione di questo contributo, che viene liquidato in forte ritardo. A seconda del grado di certezza dell'ammontare le condizioni sono un po' diverse: si va dall'ammontare certo, ma non ancora liquidato, alla situazione in cui si sa che l'organizzazione avrà diritto al cinque per mille ma l'ammontare è incerto (in questo caso lo stimiamo sulla base del numero di adesioni); alla situazione ancora più incerta in cui l'organizzazione deve finanziare la campagna per ottenere il cinque per mille dai suoi sostenitori. Facciamo tutti e tre i tipi di operazioni, naturalmente a condizioni un po' diverse perché i rischi sono diversi.

Quale è il valore aggiunto che Banca Prossima mette a disposizione del settore rispetto ai propri competitors?

Innanzitutto una rete di collaboratori che hanno due vantaggi: in primis la grande familiarità con il mondo non profit, grazie al fatto che tutti hanno, a titolo personale, un'attività in un segmento di questo mondo: sono volontari, amministratori, consulenti, militanti di organizzazioni laiche o religiose. Poi il fatto di essere mobili sul territorio anziché raggiungibili solo in filiale. Oltre ai collaboratori, abbiamo prodotti dedicati: dalle anticipazioni del cinque per mille, a quelle che servono a pagare gli stipendi nelle cooperative sociali, ai conti Prossima Menu o alle carte Superflash che possono essere tarate sulle organizzazioni più piccole, a Terzo Valore e una serie di iniziative non finanziarie come Terzo Set-Ore che aiuta le organizzazioni a trovare volontari e a tutti i progetti che confluiscono nella nuova fondazione FITS!, come l'invio postale a basso costo. Infine, abbiamo alcuni vantaggi nel modo di lavorare su prodotti tradizionali: primariamente attraverso il funzionamento del modello di rating, che consente di valutare più correttamente il merito di credito delle organizzazioni non profit, e del fondo per lo sviluppo dell'impresa sociale, che è una nostra posta di bilancio che ci serve a fare il credito alle controparti più "difficili".

Un suggerimento per entrare in contatto con Banca Prossima?

Sul nostro sito, www.bancaprossima.com, ci sono nomi e numeri di cellulare dei nostri responsabili di relazione, divisi per zona. Basta chiamarne uno che si occupa della zona di interesse e il gioco è fatto. Altrimenti, abbiamo decine di sedi sul territorio dove si può andare fisicamente (anche quelle sono indicate sul sito), o ancora si possono chiedere informazioni nelle filiali Intesa Sanpaolo, nelle quali i clienti potranno anche operare una volta aperta la relazione con noi.

