

Aspettando la Banca Popolare del Turismo

Mentre si raccolgono le sottoscrizioni, i promotori raccontano quella che sarà la storia di un nuovo rapporto tra banca e imprese turistiche

✦ Aura Marcelli



il Comitato Promotore della costituenda Banca Popolare del Turismo ha presenziato in qualità di ospite d'onore al "Travelport Night Award" tenutosi al Grand Hotel di Rimini, lo scorso 18 ottobre. Oltre al presidente Maurizio Pimpinella, erano presenti il vicepresidente e tesoriere Dott. Emilio Valentino e alcuni membri del consiglio direttivo: Aureliano Gentilini, Pietropaolo Mastinu, Marcello Rondinella e Roberto Laratta

Ogni relazione ha i suoi alti e bassi. Ci sono rapporti basati sulla fiducia e quelli fondati sull'interesse, quelli capaci di superare i propri limiti e quelli legati a vecchi cliché, quelli che guardano al futuro e quelli che non sono più disposti a scommettere sul proprio successo. Forse a essere in crisi in questo caso non è proprio l'amore, ma di certo la relazione tra imprenditoria del turismo e banche sta passando un momento difficile. La maggior parte delle imprese italiane, anche quelle meritevoli, incontra molte difficoltà nel trovare nelle banche un partner pronto a concedere fiducia e soldi e tutto ciò condanna il turismo italiano, fatto di molte realtà di piccole e medie dimensioni, a languire in un limbo di crisi che si va cronicizzando. Del resto l'unico strumento per risollevare le sorti del mercato è proprio quello dell'investimento, del coraggio, dell'intraprendenza di chi è capace di rinnovarsi e guardare al futuro. Ma in

questa storia sta entrando un nuovo protagonista, una nuova banca che, nelle intenzioni, promette di ristabilire una sana e proficua relazione con l'impresa turistica italiana.

Si tratta della (costituenda) Banca Popolare del Turismo, una banca fatta da chi nel turismo ci lavora e da chi vuole ripensare il ruolo del banchiere nell'ottica della valorizzazione dell'economia e del mercato. Nata nel 2010, ricevette il benvenuto del governatore della Banca d'Italia Mario Draghi, nel corso della presentazione, in occasione dell'Assemblea Ordinaria Annuale (31 maggio 2010), il quale, generalizzando, evidenziava come: «Le grandi banche si giudicano anche da come organizzano l'attività sul territorio: mantenere, valorizzare il rapporto con l'economia locale significa utilizzare nella valutazione del cliente conoscenze accumulate nel corso di anni, ben più accurate di quelle desumibili da modelli quantitativi; significa saper discernere l'impresa meritevole anche quando i dati non sono a suo favore; significa saper fare il banchiere. La risposta delle grandi banche alle esigenze locali, coerente con la sana e prudente gestione, deve conciliarsi con strategie e visioni globali».

Oggi il Comitato Promotore della Banca Popolare del Turismo si trova in fase di raccolta delle sottoscrizioni del capitale sociale, una fase che ha avuto inizio lo scorso ottobre, con l'autorizzazione alla pubblicazione del Prospetto Informativo concessa dalla Consob, e che durerà fino al 24 settembre 2013. Si dovranno raccogliere almeno 8.500.000 euro (fino a un massimo 12.000.000 euro), pari a 3.400 azioni (massimo 4.800), per un valore di 2.500 euro ad azione. La quota di partecipazione massima sarà pari allo 0,5% del capitale sociale sottoscritto (dunque da 17 azioni, pari ad 42.500 euro, fino a un massimo di 24 azioni, a seconda del capitale raccolto). Terminata la raccolta e anche l'iter autorizzativo all'esercizio dell'attività della banca presso la Banca

I protagonisti del turismo del Comitato Promotore

Dott. Davide Rosi	Amministratore delegato Ventura BCD Travel
Dott. Silvio Paganini	Country Manager Travelport
Dott. Gianni Pagliaroli	Presidente Pagliaroli Group
Ing. Renato Papagni	Federbalneari Lazio
Dott. Antonio Rosa	SIAP
Dott. Enrico Scotti	Amministratore Vacanze Smeralde
Dott. Franco Gattinoni	Presidente Gattinoni Travel Network
Dott. Ercolino Ranieri	Seneca Sas

Alcuni dei servizi che saranno offerti

- servizi virtuali di ricerca e prenotazione servizi e prodotti turistici, integrati con sistemi di pagamento e assicurazione on-line al fine di rendere efficace la competizione dei diversi operatori nel mercato dell'e-commerce turistico;
- servizi innovativi quali le funzionalità di una camera di compensazione per i flussi di pagamento fra viaggiatori, agenzie di viaggio e tour operator, alla stregua di quanto già oggi accade per la biglietteria aerea tramite il servizio BSP della IATA;
- servizi di intermediazione assicurativa e previdenziale, cui fanno capo i prodotti assicurativi del ramo vita e danni, principalmente di matrice di soggetti terzi di elevato standing;
- servizi e prodotti di finanziamento a breve e a medio-lungo termine specifici per le imprese del settore turistico a condizioni di maggiore economicità, valutati anche in base alle potenzialità effettive del richiedente e non soltanto in base a parametri di rischio statico. Tali prodotti e servizi, offerti anche mediante accordo distributivo con intermediari specializzati, includono conti correnti commerciali, concessione fidi e aperture di credito, anticipi import/export, intermediazione in valuta, servizi di incasso e pagamento, factoring.

d'Italia, finalmente l'attività bancaria avrà inizio. Nei primi tre esercizi, per non appesantire l'operatività con gravosi costi di struttura, l'attività sarà svolta dal nuovo istituto di credito attraverso un'unica filiale presente a Roma, integrata con tutti i nuovi servizi on-line e di remote banking, accessibili anche attraverso il posizionamento sul territorio nazionale di ATM evoluti, indispensabili per proporsi al mercato come banca innovativa e propositiva a supporto dei segmenti business e retail. L'apertura di due nuove filiali, a Roma e Milano, sarà prevista dopo il terzo anno.

«Il posizionamento strategico della costituenda Banca Popolare del Turismo», spiega **Maurizio Pimpinella**, Presidente del Comitato Promotore, «nasce dalla convinzione che la situazione nella quale versa il turismo nel nostro Paese abbia bisogno di una maggiore circolazione di idee, di nuove competenze, di un supporto più attivo allo sviluppo da parte del settore creditizio, di una maggiore sensibilità alle specifiche esigenze dei diversi segmenti del settore, attraverso l'offerta mirata di prodotti e servizi finanziari e assicurativi, e di un ruolo degli Enti pubblici diverso da quello del passato».

Per le caratteristiche dei mercati di riferimento il target principale della nuova Banca sarà costituito soprattutto da imprese del mondo del turismo, con lo sviluppo prevalente di servizi di finanziamento e pagamento, anche se sarà tenuto in alta considerazione il mercato dei viaggiatori e quindi di famiglie e persone fisiche, per le quali si svilupperanno prodotti specifici legati al mondo dei viaggi e turismo (carte di credito e debito per le vacanze, finanziamenti a breve termine, assistenza all'estero, ecc.). L'orientamento sarà quello della ricerca continua di una relazione duratura con la clientela, il più possibile rivolta ad un approccio di consulenza e di stimolo al cliente e non di mera fornitura asettica di prodotti e servizi.

Come chiarisce **Davide Rosi**, membro del Consiglio Direttivo del Comitato Promotore, «esiste la necessità, cui la costituenda Banca Popolare del Turismo intende fornire risposte adeguate, di avere un nuovo interlocutore per la gestione ordinaria e straordinaria, che sia in grado di comprendere appieno i modelli di busi-

ness della Travel Industry. Allo stesso tempo, si rende necessaria una revisione del sistema complesso di garanzie poste in essere nei vari segmenti del settore del turismo». La Banca Popolare del Turismo intende rivoluzionare la fase di intermediazione nel circuito dei pagamenti del settore, proponendosi come gestore del flusso fra le fasi della filiera, con conseguente possibilità di forti risparmi sulle commissioni interbancarie.

Il focus dell'offerta di servizi della Banca Popolare del Turismo è rivolto al settore del turismo e al relativo indotto, attraverso canali di remote e virtual banking, con proposte di ampliamento, innovazione e personalizzazione della gamma di prodotti e servizi offerti dal canale bancario tradizionale, ponendo come prioritario l'obiettivo di fidelizzazione del target di clientela business e retail. «In sintesi», spiega **Aureliano Gentilini**, membro del Consiglio Direttivo del Comitato Promotore, «la costituenda Banca Popolare del Turismo si propone di soddisfare i bisogni di pagamento, finanziamento, investimento e assicurazione dei diversi segmenti di operatività del settore del turismo. Questo si materializza non soltanto nell'offerta di prodotti e servizi bancari tradizionali, che si concretano nelle varie forme di raccolta del risparmio ed esercizio del credito, ma anche nell'erogazione di servizi e prodotti innovativi. Inoltre, la costituenda Banca Popolare del Turismo si propone di divenire un punto di incontro tra domanda ed offerta di iniziative imprenditoriali e di business che facciano affidamento al segmento del Venture Capital, spesso sollecitato su piani industriali non adeguatamente compresi».



Maurizio Pimpinella,
Presidente del Comitato
Promotore della Banca
Popolare del Turismo



Davide Rosi, membro
del Consiglio Direttivo
del Comitato Promotore