

Valsabbina, l'utile vola a 14 milioni «Più credito a famiglie e imprese»

Ai 40mila azionisti cedola da 20 centesimi. Il 2 maggio l'assemblea dei soci

I quarantamila soci - azionisti della Banca Valsabbina hanno di che essere contenti dei risultati della loro banca. Il bilancio 2014 si chiude infatti con il raddoppio degli utili passati dai 7,5 milioni del 2013 ai 14 dello scorso anno con un incremento di oltre 82 punti percentuali. E si portano a casa una cedola di 0,20 euro per azione in aumento rispetto allo 0,12 erogato nel precedente esercizio.

Non male «pur in presenza dei postumi della lunga crisi economica», come si legge nella lettera che chiama i soci ad approvare i conti dell'istituto nella prossima assemblea in programma per il 2 maggio al PalaBanco di via San Zeno, in città. Ed il risultato è stato raggiunto grazie «ad una attenta gestione — come ha ricordato il direttore generale, Renato Barbieri — ai risultati favorevoli ottenuti sui mercati finanziari che ci hanno consentito di mettere fieno in cascina». E per il futuro, meglio essere cauti. «Il consiglio di amministrazione ha optato per una politica di estrema prudenza sugli accantonamenti (70 milioni) per rischi sui crediti vista la situazione ancora instabile dell'economia del nostro territorio». E se la «recrudescenza» delle sofferenze è stata assorbita, a dare le maggiori soddisfazioni sono state le commissioni nette



335

I milioni di euro

Le nuove erogazioni di Banca Valsabbina, 120 riconducibili a più di 700 finanziamenti destinati alle piccole e medie imprese

45

I milioni di euro

Il valore complessivo dei nuovi mutui erogati alle famiglie per l'acquisto della prima casa. I nuovi finanziamenti erogati nel 2014 sono stati 375

(+10,3%) e il margine di intermediazione (+37%) grazie al «favorevole andamento delle quotazioni sui titoli di Stato». Sostanzialmente in linea l'andamento della raccolta diretta che ha raggiunto i 3.255 milioni (+2,2% sul 2013) mentre quella indiretta è cresciuta in doppia cifra (+10%) portando l'istituto di Vestone (sede operativa a Brescia) ad una raccolta complessiva superiore a 4,5 miliardi. Invariati gli impieghi (2.960 milioni) dove gli amministratori evidenziano «nuove erogazioni per 335 milioni di cui 120 riconducibili a più di 700 finanziamenti destinati alle piccole e medie imprese». Particolare attenzione è stata

rivolta anche alle famiglie con finanziamenti per l'acquisto della prima casa.

I nuovi mutui, per un importo complessivo di 45 milioni, hanno raggiunto quota 375. In crescita anche il patrimonio netto che, con i soldi accantonati dall'utile 2014, ammonta a 392 milioni. E se questo è il passato, «il primo trimestre 2015 è in linea con il 2014 — ha precisato il presidente Ezio Sorardi — e ci consente di guardare allo sviluppo della nostra rete di sportelli, sempre senza acquisizioni ma per vie interne». E lo sguardo va nella direzione di Bergamo.

Roberto Giulietti

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I conti

● Il Consiglio di Amministrazione di Banca Valsabbina il 4 marzo 2015, ha approvato il bilancio 2014 della banca

● L'utile netto è stato di 14.006.894 euro rispetto a 7.685.141 euro del 2013, con un incremento dell'82,3%

● Il Consiglio di Amministrazione ne proporrà all'Assemblea dei Soci, prevista in seconda convocazione per il 2 maggio 2015, la distribuzione di un dividendo unitario di 0,20 euro

Innovazione

Arriva il «trolley» per gli sci a produrlo la coop sociale «Airone» di Pompiano
40 giorni per trovare i fondi

Un piccolo passo per l'uomo, una grande sciata per l'umanità: dopo l'invenzione della ruota (il copyright è dei sumeri), arrivano le rotelle per gli sci, e sono made in Brescia. Trascinarli in spalla è una scocciatura, oltre che un dolore. Niente paura, c'è il trolley Skiddi, inventato dall'ingegnere milanese Sergio Pedolazzi e prodotto dagli ospiti della cooperativa sociale Airone di Pompiano, impegnata nel reinserimento sociale e lavorativo di persone con disagio fisico e psichico. Sintonizzate gli



orologi: ieri è stata lanciata in tutto il mondo la campagna di crowdfunding di Skiddi (www.skiddi.it): ci sono 40 giorni di tempo per inviare il bonifico e comprarne un paio al costo di 35 dollari (circa 30 euro), spese di spedizione incluse. Il trolley è minuscolo come un

uovo, fatto di materiale riciclato e leggerissimo: pesa 86 grammi, si può infilare in tasca. Istruzioni per l'uso: basta agganciarlo alla parte terminale di tutti gli sci (inclusi quelli per i fuoripista e freestyle). Grazie a due piccole ruote, ne permette un trasporto manuale facile, veloce e sicuro. Pedolazzi, 31 anni e la pigrizia nel Dna, l'ha inventato dopo aver trascorso intere settimane bianche a portare l'attrezzatura da montagna sulle spalle: il primo prototipo è uscito da una stampante 3D, gli altri saranno realizzati a Brescia. L'obiettivo minimo della raccolta è fissato in 10mila dollari. Le fasi di produzione inizieranno appena la campagna sarà conclusa e la consegna è prevista per la prossima stagione sciistica. Il prezzo potrebbe aumentare a 39 dollari dopo la vendita dei primi 300 pezzi.

Alessandra Troncana

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il caso-Bipop 15 anni dopo

di **Vittorio Cerdelli**

Bertoli: «Peccato per i risparmiatori con noi avrebbero recuperato tutto»

«Creammo un gioiello bresciano. Poi ci scipparono la banca»

Per Gianfranco Bertoli, ex consigliere e azionista di Bipop e amministratore delegato di Fineco, il crollo dell'istituto bresciano è ancora una ferita aperta. Oggi, l'ex stella dei promoter italiani che con una fulminea carriera aveva scalato prima le posizioni nella vecchia Mediobanca (Programma Italia) e approdando a Bipop dopo la corte di Sonzogni nel 1999, dopo che le sue società Systema (Casa e Mutui) sono finite in liquidazione («Vendevamo mutui cartolarizzati a Lehman Brothers, quando sono saltati abbiamo dovuto chiudere i battenti»), fa il consulente nell'azienda dei fratelli.

Ha accettato di parlare con noi dopo aver letto le parole di Sonzogni, che hanno scatenato in lui un mix di orgoglio e desiderio di riscatto a 15 anni di distanza dai 15 mesi più intensi della sua vita. Quelli che l'hanno visto prima dirigere la creazione dell'allora formidabile rete di promotori Fineco, poi consigliere e azionista con una quota cresciuta e mantenuta nel momento peggiore e infine debitore, proprio come Ardesi, della sua stessa banca per un valore finale mai recuperato di crediti per un totale di 55 milioni di euro dai 160 complessivi prestati da Bipop a Bertoli per l'acquisizione di quote di aziende operative nel campo

Chi è



● Gianfranco Bertoli, ex consigliere e azionista di Bipop, è stato e amministratore delegato di Fineco, l'istituto multicanale del gruppo Bipop-Carire.

● Partendo da zero Fineco era arrivata ad avere una rete di quasi 1500 promotori sul territorio

● Entrato in Bipop nel 1999 Bertoli è arrivato a detenere oltre il 2% del capitale di Bipop-Carire

tessile e dei servizi internet.

«Sono fiero di aver scritto pagine importanti per l'economia bresciana e nazionale, le scelte strategiche di Fineco mi hanno visto protagonista e oggi le cose buone cominciano a uscire — spiega Bertoli —, da banca Mediobanca in poi hanno tutti copiato il nostro modello scegliendo di puntare sull'asset management, per questo sento Fineco un po' come una mia creatura». Delle parole di Sonzogni, unico diri-

gente che all'epoca vantava uno stipendio superiore al suo, sottoscrive ogni parola. «I nostri errori erano simili, anzi minori, di quelli delle altre banche e la multa simbolica che abbiamo pagato una volta sgonfiata si la bolla mediatica ne è la prova inconfutabile; c'è stata una differenza di trattamento ben pianificata durante un crollo che coinvolgeva tutti i titoli comparabili. Poi ci hanno scippato Bipop una volta indebolita la governance — continua Ber-

tolli — ai risparmiatori che hanno perso soldi va il mio massimo rispetto, dico loro che se Bipop fosse rimasta nostra avrebbero recuperato tutto».

Partendo da zero, Fineco era arrivata a creare una rete di 1.453 promotori sotto la direzione di Bertoli. «L'online trovava clienti e i promotori li gestivano — racconta l'ex azionista —, Fineco è stata un'avventura incredibile e sono certo che i dipendenti possano dire la stessa cosa. Mi dispiace per come sia finita, chi è venuto dopo ha preso i nostri meriti». L'arringa prosegue. «Abbiamo creato un gioiello completamente bresciano ma non si poteva accettare che dei provinciali scalassero il sistema, se due nostre controllate come Azimut e Fineco valgono oggi più di Ubi figuratevi dove saremmo potuti arrivare se Bankitalia non avesse spinto in tutti i modi per l'incorporazione in Capitalia». Diventato uno dei principali azionisti di Bipop con una quota del 2%, Bertoli partecipò all'aumento di capitale varato per finanziare l'operazione carta su carta che portò all'acquisizione di Entrium, punto di svolta in negativo della storia di Bipop. «Facile giudicare dopo. In quel momento si trattava di un'occasione da cogliere».



La banca Per Bertoli il crollo dell'istituto è ancora una ferita aperta

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il commento

Bipop, quando ribattezzai una nuova banca bresciana

di **Renato Borsoni**

Certo, capisco che per un direttore dei Musei della città vedersi enorme sui muri il testone della Vittoria alata con gli auricolari e una fascia ferma capelli con la scritta «Banca Popolare di Brescia» non era il massimo del godimento. Non mi arrivò nessun rimprovero diretto, anche perché eravamo due pettegolissimi amici. La collaborazione era nata semplicemente nel momento della nascita della Banca Popolare di Brescia come fusione con altre banche locali. Avevamo cominciato da un po' a collocare le prime insegne esterne, quando capitò di disegnare la prima insegna «estera»: a Bergamo, sul viale che conduce all'autostrada. Ma lo spazio non era adatto per una scritta così lunga. Allora io ricordai al Capo che la soluzione c'era: tirar fuori dal cassetto della sua scrivania il nuovo marchio già bello e pronto. Ci fu silenzio in macchina fino a Brescia. So che la mattina dopo era arrivata una telefonata a tutte le filiali: contattare il mio studio per cambiare immediatamente le insegne. La banca nella notte aveva cambiato nome. Si chiamava Bipop. Avevo intuito da tempo il problema ma il capo nicchiava perché teneva troppo a quel lungo nome che raccontava tutto. L'acronimo nel cassetto era nato molto semplicemente: si fa per dire... Bi viene dalla B puntata. Le altre sono le prime tre lettere della parola «popolare». Uovo di Colombo, ma effetto immediato. Dovetti (?) persino fare una nuova campagna tabellare con un gigantesco «Bipop o Bipop?», perché il pubblico si era diviso sull'accento. Grande divertimento e grande successo. Io, che ovviamente nulla sapevo delle questioni interne mi accorsi appena in tempo dell'aria strana che girava e mi liberai di metà delle pochissime azioni che avevo. Bipop o Bipop?

© RIPRODUZIONE RISERVATA