



## Quattro chiacchiere con... **Rodolfo Ortolani**

di Paolo Beducci

# Alleati delle **imprese**



*Nato a Imola (Bologna) nel 1957, laureato in Giurisprudenza. Dal 1982 al 1995 al Credito Romagnolo e vi resta fino al dicembre 1995. Dal 1995 al 2000 Cassa di Risparmio di Imola. Dall'aprile 2000, è in Banca dell'Umbria, prima come vice direttore generale e poi, dall'aprile 2001, come direttore generale. Dal luglio 2003 al marzo 2005 è stato presidente del Fondo Interbancario di Garanzia per il Credito Agrario. Dal 1 luglio 2005 passa a UniCredit Banca, per ricoprire la carica di vicedirettore generale, responsabile della direzione commerciale. Dal 2007 è anche amministratore delegato di BiPop-Carire. Ricopre inoltre le cariche di Presidente di Unicredit Assicura, Consigliere di Uni.It e della Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Bologna.*



Il Gruppo Unicredit è la somma di tantissime banche locali che unendosi hanno dato vita a un gruppo imponente, ma con estrema localizzazione degli sportelli

**TM - Dottor Ortolani lei si occupa principalmente di piccole e medie imprese e la sua banca ha dato vita a una politica tesa a aiutare la politica di internazionalizzazione delle PMI italiane. Ci può tracciare un quadro sintetico di come operate?**

In primo luogo devo dire che le il rapporto fra PMI e imprese bancarie deve essere sviluppato secondo la logica dell'alleanza. Spesso le nostre PMI che esportano si trovano ad avere come interlocutori nei paesi di destinazione delle proprie merci delle imprese più grandi e comunque che "giocano in casa". Ciò inevitabilmente comporta una difficoltà di rapporti non solo verso il credito, ma anche nei riguardi di altre tematiche come lei citava legate alla internazionalizzazione.

**TM - Ci può illustrare oggi come nasce il Gruppo per cui lavora?**

Il Gruppo Unicredit è la somma di tantissime banche locali quali per esempio la Cassa di Risparmio di Torino, Rolo Banca, Cassa di risparmio di Verona e ancora molte altre che fino a cinque anni fa erano assolutamente indipendenti fra loro.

Unendosi queste banche hanno dato vita a un gruppo dalle dimensioni e dalla solidità imponente, ma anche dalla caratteristica molto apprezzata della estrema localizzazione degli sportelli. Ciò ha permesso di creare forse per la prima volta il vero esempio di banca global,





## Quattro chiacchiere con... Rodolfo Ortolani

È stata fatta una politica di ampliamento costante della nostra presenza in determinate aree geografiche e in particolare nell' Europa del centro e del centro-est

cioè globale e locale. L'aggregazione è nata per dare risposte ai problemi di efficienza che il sistema bancario si portava dietro e che inevitabilmente si sarebbe scontrato con lo straordinario fenomeno della globalizzazione che ha letteralmente cambiato il mondo in cui viviamo e operiamo.

Ottenere il mix giusto fra globale e locale non era cosa facile.

Da parte nostra siamo riusciti a ottenerlo dotandoci di una forte specializzazione. Una scelta per certi versi coraggiosa che ci ha permesso di uscire dall'apparente

ambito locale per andare verso un perimetro di specializzazione individuando dei segmenti di clientela individuando dei bisogni che potessero essere comuni a determinate aziende.

Ci siamo quindi suddivisi in tre banche differenti anche sotto l'aspetto legale e societario

e che fanno riferimento a tre aree differenti di mercato: grandi imprese, private e infine la terza, quella che incontriamo per strada con il marchio arancione/rosso di Unicredit, dedicata alle PMI, ai professionisti e alle famiglie.

**TM – Fin qui la suddivisione per tipologia di clientela, ma voi siete bene organizzati anche sotto l'aspetto geografico al di fuori dell'Italia.**

**S**i, parallelamente alla scelta appena illustrata, è stata fatta una politica di ampliamento costante della nostra presenza in determinate aree geografiche e in particolare nell'Europa del centro e del centro-est, così da consentire alla clientela di sapere di avere un punto di appoggio serio e qualificato in un'area geografica ben precisa che è oltre tutto quella con i maggiori tassi di crescita da alcuni anni a questa parte. Un esempio è l'acquisto della Banca Pekao fatto alla fine degli anni novanta. Pekao è la seconda banca polacca per dimensioni. È stata la prima pietra di un percorso molto impegnativo che ha portato degli ottimi frutti.

**TM – Quali sono gli altri paesi in cui siete intervenuti con maggiore efficacia?**

**R**epubblica Ceca, Slovacchia, Ucraina, Bulgaria e Romania sono Paesi in cui abbiamo effettuato operazioni analoghe acquisendo il controllo di banche e assolutamente uguali sotto l'aspetto dei valori e dell'organizzazione a ciò che sono le nostre banche italiane. Questo ci ha portato a internazionalizzare molto anche i nostri ricavi che sono realizzati per il 45% nell'area di paesi che vanno dalla Germania alla Bulgaria e Romania.

**TM – Quanto di questa capillarizzazione riesce a essere tradotta in benefit per i vostri clienti?**

**M**olto, e ogni giorno di più. Tanto che la dimensione media delle aziende che utilizzano la nostra rete è in costante diminuzione a dimostrazione del fatto che riusciamo ad aiutare le PMI italiane a muovere i propri interessi e investimento verso quei paesi. Ma c'è dell'altro: nell'ultimo anno abbiamo integrato il Gruppo



L'Europa sta trasferendo ricchezza verso i Paesi che producono energia e materie prime, senza attrarre investimenti per riequilibrare il flusso che si sta creando

Capitalia ed entro la fine dell'anno anche la rete di Capitalia sarà completamente integrata nel resto del Gruppo Unicredit, incrementando ulteriormente al capillarità della nostra presenza e dei nostri servizi alle PMI.

**TM - Voi state quindi facendo un grande sforzo, ma in quale contesto di mercato si muove l'impresa europea e italiana in particolare?**

**A** essere franchi, le previsioni non sono eccellenti. Dopo anni di bassi tassi, siamo davanti a una crescita sia dei tassi ma soprattutto, - a causa del sistema finanziario statunitense che ha tradito la fiducia dei grandi investitori, dichiarando la presenza di crediti che di fatto non erano riscuotibili - sia dello spread che le stesse banche pagano. L'inflazione che cresce non a causa dei consumi, ma per colpa dei costi di energia e materie prime. Ciò significa che l'Europa sta iniziando a trasferire ricchezza verso i Paesi che producono energia e materie prime, senza avere la capacità di attrarre investimenti per riequilibrare il flusso che si sta creando.

Poi c'è il valore del dollaro che

penalizza del 20 o del 30% il prodotto europeo su quel mercato. Nella lista dei vantaggi ci sono però voci importanti: penso alla qualità del prodotto, la flessibilità che ci permette di affrontare i disagi come questi: tanto che le aziende continuano a investire e ad assumere.

**TM - Quindi il lavoro di internazionalizzazione diventa importante se non vitale anche per le aziende di piccole dimensioni?**

**S**i la taglia delle aziende che cercano la via dell'estero si abbassa giorno dopo giorno, a dimostrazione del fatto che l'imprenditoria italiana ha delle buone basi manageriali su cui fortificarsi e una elevata propensione a mettersi in discussione per conquistare mercati e quote di comparti.

Il lavoro di Unicredit è proprio quello di mettere a disposizione delle imprese, tutti gli strumenti necessari per arrivare in un paese, ad esempio come comprenderlo, o come individuare un'area su cui puntare quali i processi autorizzativi, quale l'area di convenienza per localizzare una propria filiale o uno

stabilimento, quali i professionisti per affrontare tutte le problematiche, dal legale al commercialista: il tutto con persone che parlano la nostra stessa lingua, pur essendo responsabili delle azioni di un gruppo bancario di grandi dimensioni che si muove con centinaia di sportelli su un altro territorio. Non sono molti gli istituti bancari in grado di offrire tanto in luoghi così diversi dal recinto domestico.

**TM - Una serie di servizi veri quindi rivolti agli imprenditori desiderosi di ampliare i propri orizzonti.**

**S**iamo riusciti a creare uno dei primi gruppi bancari in Europa, realizzando delle grandi economie di scala che ci permettono di essere ogni giorno più vicini alle aziende con servizi e costi competitivi. Questo non è solo un modo di dire e si sta traducendo in fatti concreti; come nel caso della decisione di rivedere in modo sensibile tutto il meccanismo legato alla commissione di massimo scoperto bancario che fino a oggi è stato applicato alla clientela, con un cambio di passo davvero importante e trasparenza crescente in tutti i nostri servizi. ■