

INTERVISTA - Banca del Fucino

Banca del Fucino: «nuove soluzioni finanziarie per lo sviluppo del Centro Italia»

In occasione del centenario, Francesco Maiolini, A.D. di Banca del Fucino, racconta i tre pilastri del nuovo Piano Industriale, dove la digitalizzazione è protagonista al fianco dello sviluppo territoriale

@ Francesco Maiolini,
A.D. di Banca del Fucino



Banca del Fucino - **INTERVISTA**

Sviluppare nuove linee di business, arricchendo i prodotti creditizi e i servizi finanziari per le imprese. Far leva sulle competenze distintive e ottimizzare l'equilibrio, possibile, tra banking digitale e identità territoriale. Sono i tre pilastri delle linee strategiche della Banca del Fucino, aggiornate lo scorso febbraio per il prossimo triennio. Una strategia particolarmente significativa, perché viene adottata nell'anno del centesimo "compleanno" dell'istituto. Nata nel 1923 come banca della famiglia Torlonia, dopo le difficoltà degli anni '10, Banca del Fucino è stata protagonista di un'operazione di rilancio dall'esito non scontato. Diventata nel 2020 capogruppo del Gruppo Bancario Igea Banca, la Banca ha quasi raddoppiato il prodotto bancario tra il 2019 e il 2023, passando da 2,8 miliardi a 5,4. E festeggia il suo centenario con ambizioni rinnovate, che abbiamo approfondito con Francesco Maiolini, Amministratore Delegato della Banca.

AG. Dottor Maiolini, come sta Banca del Fucino oggi?

FM. La Banca ha completato un percorso di risanamento importante: che è passata attraverso un'energica azione di derisking (360 milioni di euro di crediti problematici lordi ceduti tra 2019 e 2020), forte miglioramento della qualità del credito e rafforzamento patrimoniale. E abbiamo completato questo risanamento, lo sottolineo, senza alcun taglio al personale e senza dover ricorrere all'intervento del FITD: abbiamo infatti accresciuto autonomamente il capitale e in questo modo abbiamo potuto rinunciare ai 30 milioni di euro di garanzie originariamente deliberate dal Fondo.

Nel 2022 il ROE è arrivato al 9,4% e in questi anni abbiamo più che raddoppiato gli impieghi, che oggi superano gli 1,8 miliardi di euro. Per il 75,9% si tratta di finanziamenti a lungo termine e per l'85% a tasso variabile: un dato che ci fa guardare con fiducia alla fine dei tassi zero. Cresce anche la raccolta, pari a 2,8 miliardi, di cui vorrei evidenziare la crescente diversificazione: aumenta la componente retail, grazie anche al conto deposito, e siamo tornati nel mercato delle obbligazioni senior. E questo è un ottimo segnale.

AG. Il capitale sociale è cresciuto dai 97,4 milioni del 2019 ai 176,6 di fine 2022, con l'ingresso di nuovi soci. Come sta cambiando la Governance della Banca?

FM. Nel 2022 abbiamo completato un ulteriore rafforzamento del capitale per 28,6 milioni di euro, con l'ingresso di soci importanti, tra cui la SRI Group di Giulio Gallazzi e Finvacchi. Oggi abbiamo una compagine stabile di azionisti, nessuno dei quali supera il 10%, e in cui figurano nomi di primo piano dell'imprenditorialità italiana e Fondazioni come il Banco del Monte di

Lombardia. Questi aumenti dimostrano la nostra capacità di attrarre nuovi investitori grazie ai progetti avviati. Nei mesi scorsi abbiamo ricevuto da Banca d'Italia l'autorizzazione a effettuare un nuovo incremento del capitale sociale da destinare alla crescita, per un importo fino a 150 milioni di euro, da concludere entro il 31 dicembre 2025.

AG. Banca del Fucino ha 36 filiali, in gran parte concentrate tra Lazio e Abruzzo: come interpretate il valore della territorialità?

FM. Innanzitutto confermo che la territorialità è, e resterà, un valore essenziale per noi. Pensiamo che il digitale può supportare il fattore umano, ma non sostituirlo. Prendiamo la valutazione del rischio di credito delle imprese: un modello unicamente digitale, per quanto avanzato, può comunque esporre la banca a una selezione avversa. Perché la conoscenza del territorio e dei suoi imprenditori passa anche dalle competenze acquisite sul campo.

Operiamo principalmente su due territori, Roma e il Lazio da un lato, e l'Abruzzo dall'altro, molto diversi tra loro ma che presentano entrambi settori chiave per il nostro Paese (si pensi a telecomunicazioni, settore aerospaziale e farmaceutica per il Lazio e alla robotica per l'Abruzzo) e grandi opportunità. La Banca del Fucino è ormai l'unica, tra le storiche banche private romane, a non essere stata assorbita da grandi gruppi bancari basati altrove, in Italia o all'estero. Roma è un caso quasi unico in Europa: una grande capitale che non ha una grande banca. Questo ha aperto un vuoto di offerta in una regione che rappresenta il 10% della popolazione e del PIL nazionale, e che ospita la sede di imprese molto importanti. Intendiamo fare la nostra parte per colmare questa lacuna.

E poi c'è l'Abruzzo, a cui la Banca è storicamente legata, anche nel nome: una regione ormai sotto-bancarizzata, in cui il 12% dei Comuni non ha neppure una filiale. La media del Paese e del 6%: è evidente che ci sono spazi per una banca del territorio.

AG. Avete anche una filiale a Milano, due in Veneto (a Padova e Verona), e due in Sicilia (a Palermo e Catania). E avete intenzione di aprire nuove sedi anche a Bologna e Vicenza. Uscirete, quindi dal territorio di radicamento?

FM. Il nostro modello di espansione si basa sull'apertura mirata di centri corporate fisici, supportata dalla capacità di crescita che ci offrono i canali digitali. È un modello che abbiamo sperimentato con successo a Padova e Verona. Confermo che abbiamo intenzione di aprire nuovi sportelli a Bologna e Vicenza, e anche a Teramo e in Sicilia.

INTERVISTA - Banca del Fucino



La sede centrale di Banca del Fucino a Roma



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

Banca del Fucino - **INTERVISTA**

AG. Abbiamo introdotto il tema dei canali digitali. Che ruolo giocano nella vostra strategia per i prossimi anni?

FM. L'online è già molto importante per la nostra Banca: già oggi – dati di giugno – circa il 94% dei nostri bonifici quanto al numero delle transazioni, e il 66% in termini di volumi, viene effettuato online, attraverso il canale internet e mobile. In questi ultimi due anni abbiamo trasformato il nostro sito web e la app di home banking grazie a un vero e proprio cantiere di innovazione digitale nella Capogruppo, che si affianca a quello presente in Igea Digital Bank. Abbiamo un team giovane, con eccellenti competenze, in grado di utilizzare al meglio anche il supporto di terze parti.

Il conto corrente digitale Dream e il time depo online sono altri esempi di prodotti in grado di intercettare una domanda sui canali web.

La filiale deve comunque restare, per noi, il centro di attività di consulenza a maggiore valore aggiunto: è lì che si gioca la relazione con il cliente dal punto di vista qualitativo. D'altra parte, il digitale ci offre grandi opportunità in termini di semplificazione del rapporto bancario, e consente di rispondere a nuove esigenze della clientela.

AG. Qualche esempio?

FM. Alla Banca del Fucino stiamo lavorando su nuovi servizi, come FucinoPay, per ampliare le soluzioni di pagamento a disposizione di imprese e privati: dall'invio di denaro via Whatsapp al Buy Now Pay Later, fino a prodotti di finanziamento circolare, come l'anticipo e-commerce e transato POS. Stiamo anche lavorando su un aggregatore di conti in ottica open banking, che sarà sia informativo sia dispositivo, per puntare sui servizi di Personal Financial Management.

AG. La spinta nel Commercial and Investment Banking è sostenuta anche da alcuni nuovi ingressi nel management. Che obiettivi vi siete posti?

FM. Guardiamo alla crescita con nuovi prodotti all'interno di nicchie di mercato a elevato potenziale. Abbiamo costituito di recente la Direzione Banking, Markets e Real Estate Financing per strutturare direttamente operazioni di M&A, equity e sul mercato dei capitali, aprendo alla partecipazione di investitori istituzionali, fondi e family office.

Alla guida di questa Direzione c'è Enrico Monti, che ha fatto il suo ingresso in Banca provenendo da JP Morgan: un manager giovane ma di grande esperienza nei Capital Markets. Sul real estate è importante il tema dell'hospitality, ma vediamo ad esempio opportunità importanti anche nello sviluppo di

Green Loan per agevolare le operazioni di riqualificazione energetica.

AG. Quali sono le altre nicchie di mercato che avete individuato?

FM. La prima è il comparto Health & Pharma, per il quale abbiamo costituito una Divisione ad hoc, guidata da Marco Alessandrini, in precedenza Amministratore Delegato di Credifarma. Il comparto delle farmacie, delle case di cura, dei laboratori di analisi e di altre aziende che operano in questo settore ha esigenze specifiche. E si caratterizza per una buona marginalità a fronte di una rischiosità contenuta. Nella nostra banca avevamo già competenze in questo ambito, ma grazie ad Alessandrini abbiamo fatto un salto di qualità che sta già producendo ottimi risultati.

Poi c'è l'Agribusiness, un mercato potenzialmente profittevole ma molto poco presidiato e che si trova al centro della transizione energetica.

In ultimo, ma non per importanza, guardiamo anche alla Finanza di Impresa: in Banca è entrato Andrea Miccio, che vanta un importante track record al Mediocredito Centrale e in Invitalia e che oggi è a capo della Direzione Crediti Speciali. Vogliamo accompagnare le PMI con servizi specialistici per accedere a strumenti di finanziamento innovativi, finanza agevolata, utilizzo dei fondi del PNRR, per esempio.

AG. Come immaginate Banca del Fucino alla fine di questo triennio?

FM. Abbiamo l'ambizione di diventare uno dei principali player bancari del Centro Italia facendo leva innanzitutto su una crescita organica basata sui nostri punti di forza. Siamo però aperti anche a eventuali opportunità di crescita per linee esterne che si dovessero presentare.

Valuteremo sicuramente la valorizzazione degli asset del Gruppo. A partire dalla controllata Fucino Green: parliamo di un'azienda che gestisce 217 progetti di energia rinnovabile in tutto il Paese, con una capacità complessiva potenziale di circa 3,2 GW. Tra le ipotesi di valorizzazione, in relazione alle quali abbiamo conferito un mandato di advisory a Intesa, c'è l'accesso diretto al mercato dei capitali in un orizzonte di 24/36 mesi. Anche senza calcolare queste revenues aggiuntive legate alla valorizzazione delle società controllate, ci aspettiamo di arrivare nel periodo a un ROE annuo dell'8%, con un CAGR atteso nel triennio del 54%, e a un payout verso gli azionisti tra il 30% e il 40%.

A.G.