

CAPITANI DI SVENTURA

di Giovanni Ferri
24 settembre 2010

La defenestrazione di Alessandro Profumo dal vertice della grande, bella e complessa creatura bancaria di cui egli, con la sua squadra, era stato il demiurgo, solleva sconcerto e preoccupazione.

Stiamo ai fatti. All'inizio degli anni '90, quando Profumo ne prende le redini, la banca si chiamava Credito Italiano e nessuno avrebbe scommesso un penny che nel giro di pochi anni sarebbe poi diventata quello che oggi è UniCredit, il gruppo bancario più internazionalizzato d'Italia, uno dei primi in Europa. Infatti, il Credito Italiano (Credito) era la sorella minore della Banca Commerciale Italiana (Comit). Sebbene le due avessero origine comune - tutte e due (e andrebbe anche aggiunto il Banco di Roma) erano nate un secolo prima con l'apporto di capitali tedeschi - il primo era di gran lunga distanziato dalla seconda in termini di dimensioni e, ancor prima, di reputazione e di presenza internazionale. Nei due decenni seguenti i ruoli si sono invertiti. La blasonata Comit è affogata in Banca Intesa-San Paolo e se ne è addirittura perso il marchio. Al contrario, il Credito è stato il protagonista della costruzione di UniCredit, un colosso bancario presente in modo significativo in 22 paesi con 10.000 sportelli. Tale edificazione non si sarebbe potuta realizzare senza le capacità e la volontà di Alessandro Profumo e della sua squadra.

Profumo porta vari profili d'innovazione: l'aggregazione dal basso; l'attenzione al mercato finanziario, lo stile senza fronzoli, il focus sull'estero. Vuole costruire una grande banca portando sotto l'ombrello del Credito una ragnatela che mette assieme banche di dimensioni media e medio-piccola nel Nord e Centro Italia. L'occasione è offerta dalla privatizzazione forzata delle casse di risparmio che cadono a frotte nella ragnatela. E ciò porta nell'azionariato le fondazioni che quelle casse di risparmio avevano conferito nella banca di Profumo. L'attenzione al mercato finanziario è connaturata all'imprinting McKinsey che il manager si porta dentro. In realtà, si tratta più di un riflesso condizionato dalla cultura americana che non di un grande affare e i vari tentativi di sviluppare la finanza d'impresa e la gestione dei portafogli non sortono i successi sperati. Piuttosto, come tutte le banche italiane anche grandi, UniCredit continua a dipendere dalle attività bancarie tradizionali. Lo stile è borghese rivoluzionario. Dopo i titoli nobiliari, in UniCredit vengono aboliti anche i titoli di studio: non ci sono rag. e dott. ma solo signori e signore: un bel salto in avanti. Ma il principale miracolo è l'espansione all'estero, soprattutto nell'Europa Centro-Orientale, ove, partendo dal nulla, UniCredit diviene il marchio bancario dominante.

Il clou dell'internazionalizzazione si raggiunge quando, nel 2005, Unicredit si fonde con Hypovereinsbank, la banca tedesca che le porta in dote la fitta rete nell'Europa dell'Est posseduta da Bank Austria Creditanstalt. Si tratta della prima grossa fusione transeuropea. Ma non è una fusione tra pari. Hypovereinsbank è sull'orlo del dissesto ed è proprio per questo che il governo tedesco non si oppone e lascia che il management di Piazza Cordusio prenda il sopravvento.

Insomma, Profumo e la sua creatura UniCredit sono una delle poche storie di successo, di rapida crescita dimensionale societaria e notevole affermazione internazionale di un'Italia che pare rattrappirsi sul particolare e sulla piccola impresa, col ciglio aggrottato al misero orto del vicino più che guardare alle floride praterie lontane. Tutto questo non avviene contro la politica ma senza la politica. In un certo senso, nella fase costruttiva Profumo è ortogonale alla politica.

E a questa banca di successo qualcuno (la politica?) chiede di farsi carico del più grande malato del sistema bancario italiano, Capitalia (ex Banca di Roma), da sempre periclitante, cresciuta soprattutto attraverso fusioni pilotate che l'avevano periodicamente rinsanguata. Per la prima volta Profumo non sa o non vuole dire di no alla politica e il matrimonio si realizza nel 2007.

Nel bel mezzo della conseguente riorganizzazione, arriva la Grande Crisi del 2007-09, il fallimento di Lehman e lo sconquasso per il sistema bancario, in verità ben tenute in Italia che altrove. Nonostante UniCredit non sia messo male il prezzo delle sue azioni viene fortemente ridimensionato, occorrono aumenti di capitale. Così, le fondazioni di riferimento scalpitano sia perché sono crollati i dividendi sia perché debbono metter mano al portafoglio.

Profumo cerca un salvagente nel tripolitano ridens. Ma l'epilogo Ã" vicino. Sempre piÃ¹ controllate dalla Lega, le fondazioni azioniste non sono solo scontente ma divengono culturalmente avverse al miracolo dell'internazionalizzazione di Unicredit, la rivogliono al servizio del proprio territorio, cioÃ" soggiogata alla politica. Da solo ciÃ² non basterebbe. Ma il fronte da Giussano si salda con lo scontento dei tedeschi di Hypovereinsbank e con i mai appagati desideri di dominio del maieuta di Capitalia.

CosÃ¬, col pretesto di salvaguardare l'italianitÃ (vi ricordate Antonveneta e BNL nell'estate del 2005?), il 21 settembre 2010 i salvati uccidono il loro salvatore, ne usurpano il trono. Si rischia di svendere il miracolo di Profumo spartendolo tra le varie truppe mercenarie, i signorotti feudali da Monaco, a Trieste, a Verona e a Torino. C'Ã" da augurarsi che non si realizzi lo scenario piÃ¹ fosco: di una rete estera liquidata per rifocalizzare la banca al servizio dei satrapi di casa nostra.

PuÃ² darsi che all'origine dei problemi di Profumo ci sia proprio il non aver detto di no all'acquisizione della Banca di Roma. Forse il Senatore Andreotti direbbe: â€œbeh, insomma questo Profumo un po' se l'era andata a cercare â€.