

Cresciuti sulla lezione del '29

di **Bernardo Bertoldi**

Nell'aprile del 1906 un terribile terremoto distrusse la città di San Francisco. Con l'economia in ginocchio e i forzieri delle banche sotto le macerie, i banchieri della città riuniti in piazza dichiararono che l'attività di credito sarebbe stata riavviata a novembre. Nel silenzio sconfortato si alzò una voce: «A novembre non troverete nessuna città che voglia essere ricostruita». Era Amedeo Giannini, il fondatore della Bank of Italy a parlare, e intanto piazzò un banchetto sul molo e iniziò a dar credito *on a face and a si-*

gnature (sulla faccia e su una firma). Giannini aveva soldi da prestare perché, vivendo nella sua banca, quando era arrivato il terremoto era sceso di corsa a mettere al sicuro i risparmi dei suoi depositanti.

È sulla faccia e sulla credibilità delle persone che si basa l'attività bancaria, allora come oggi, e non è un caso che Camillo Venesio faccia riferimento al fondatore di quella che diventò Bank of America, la più grande banca del mondo, quando spiega come è la Banca del Piemonte.

I due pilastri su cui Camillo Venesio senior, il nonno

dell'attuale amministratore delegato, ha costruito la banca sono patrimonio e liquidità: «Un forte patrimonio - affermava - serve a premunirsi contro le sorprese del destino». Questi valori sono stati forgiati nella crisi del '29 e sono rimasti indelebili tanto che oggi la banca, liquida, continua con immutata prudenza ad assicurare credito ai suoi clienti e l'indice di solidità (il Core Tier 1) della Banca del Piemonte è del 12,4%, il 70% in più della media dei più grandi istituti italiani.

Non sono, però, i dati tecnici a spiegare meglio la solidità della banca, il vero ratio

bancario è un altro: nella sede la famiglia ci vive e Camillo jr nella banca ci è nato nel vero senso della parola... Qui è la vera forza della famiglia Venesio, in un mondo fatto di rating e di regolamentazione, conta la faccia e la firma, la credibilità delle persone prima di tutto.

«Pragmatismo disincantato al servizio di solidi ideali» è la visione imprenditoriale di Camillo Venesio, che gli ha permesso di resistere alle sirene delle fusioni e accorpamenti bancari. Il modo con cui afferma, quasi rivivendo momenti di grande tensione imprenditoriale, «meno male che non abbia-

mo comprato niente», mostra quanto i valori della famiglia siano stati tentati negli anni della crescita facile.

Ora la sfida è rinnovare e riaffermare il ruolo della banca regionale indipendente in un contesto economico che è cambiato e cambierà ancora, continuando a servire le Pmi, gli artigiani, i commercianti, i professionisti e le famiglie. Questo viene fatto con un'apertura che non si penserebbe di trovare in un'azienda di famiglia: nel comitato di direzione le donne sono più degli uomini, nel cda i consiglieri indipendenti sono in maggioranza e periodicamente si valuta se il

profilo familiare sia la cosa migliore per l'azienda.

In questa sfida la famiglia Venesio si presenta seguendo le regole di sempre: unita e con un capo solo, ma pensa anche al futuro, visto che da pochi mesi è arrivata in banca la quarta generazione. Matteo e Carla, i bisnipoti di Camillo Venesio senior, sono stati chiari: «Siamo qui per dimostrare che siamo all'altezza, non per avere qualcosa di dovuto». Un buon inizio, e se si guarda al loro curriculum fatto di studi all'estero in ottime università ed esperienze in grandi aziende la loro credibilità aumenta; anche in questo i valori di famiglia hanno avuto il loro peso: la bisnonna fu una delle prime donne laureate in economia a Torino.

bertoldi@econ.unito.it

© 2010 EDITORIALE L'ESPRESSO