

# BANCA DI RIMINI: UTILE 2011 + 9,42%



Il presidente di Banca di Rimini Cesare Frisoni

Si è svolta questa mattina al Palacongressi di Rimini l'assemblea dei soci di Banca di Rimini con all'ordine del giorno l'approvazione del bilancio 2011. Banca di Rimini, che a fine 2011 aveva un patrimonio netto di 112.828.603 euro (+0,65%), ha chiuso l'anno con un utile di esercizio di 1,018 milioni di euro (+9,42%). La raccolta diretta è cresciuta dello 0,26% passando da 583,6 a 585,1 milioni. La raccolta indiretta è aumentata del 13,63%, passando da 140,1 a 159,1 milioni. La raccolta totale della banca è aumentata del 2,85% passando da 723,6 a 744,2 milioni. Gli impieghi sono aumentati dell'1,83% passando da 582,9 a 593,6 milioni.

“Questi dati – commenta il presidente di Banca di Rimini Cesare Frisoni – mostrano il volto di una banca che in un frangente di straordinaria difficoltà economica generale ha visto riconoscersi la fiducia dei suoi quasi 28mila clienti, incrementando i valori di raccolta e soprattutto garantendo a famiglie e piccole e medie imprese una quota di impieghi in crescita. Mi preme sottolineare un dato che ritengo

significativo e che in qualche modo ribatte nei fatti a generiche accuse che vengono fatte al mondo del credito: Banca di Rimini ha aumentato gli impieghi di quasi il 2% a fronte di una raccolta diretta aumentata dello 0,26% e di una media regionale degli impieghi del sistema regionale del credito cooperativo che è dello 0,92%. In particolare alla voce 'mutui', l'incremento nel 2011 rispetto al 2010 è stato del 4,27%. Questa è la risposta, nei numeri, che Banca di Rimini offre al territorio, offrendosi concretamente quale partner affidabile quando si parla di riversare immediatamente e completamente la raccolta a favore di famiglie e imprese". Fra i risultati ottenuti da Banca di Rimini va evidenziato anche l'aumento della compagine sociale. La progressione di questi ultimi tre anni è davvero poderosa: erano 668 nel settembre 2009, sono diventati 1.110 al 31.12.2010 ed erano 1.618 al 31.12.2011. I dipendenti di Banca di Rimini sono 143 addetti (+8 rispetto al 31.12.2010), ai quali sono state dedicate 7.029 ore di formazione nel 2011 (furono 5.567 nel 2010).

Al 31 dicembre 2011 il capitale sociale della Banca di Rimini ammonta a 731.170,76 euro, con un aumento del 45,46% rispetto all'anno precedente. Le azioni sottoscritte sono 28.318. La quota media detenuta da ciascun socio si mantiene tuttavia piuttosto contenuta (451,89 euro) e anche questo esprime il fatto che la partecipazione del socio alla cooperativa non ha motivazioni di carattere lucrativo, ma di ricerca di un più ampio vantaggio. Soprattutto è di consistente portata il Patrimonio della Banca, che ammonta a 113 milioni di euro. Banca di Rimini ha in programma l'apertura di tre nuove filiali entro giugno 2012: Sant'Andrea in Casale (San Clemente), Cattolica (Centro Diamante) e Rimini (Viale Regina Elena). Inoltre una novità: da metà giugno cinque filiali di Banca di Rimini nella zona mare della provincia saranno aperte al sabato mattina per dare un servizio più puntuale ai propri clienti ed ai turisti.

---

## LIBRI E NATURA

Oggi pomeriggio alle ore 18,00 presentazione del libro "Il Monte Catria" di Andrea Pellegrini. Culla del Monastero di Fonte Avellana, il Monte Catria si trova tra Marche e Umbria. Appuntamento presso la Sala Consiliare di via Roma 59 a San Giovanni in Marignano. Sarà presente l'autore. Ingresso libero. L'incontro è organizzato dal Centro Studi Naturalistici Valconca.

---

## IERI E OGGI SIGNORE DEGLI ANELLI



Yuri Chechi agli anelli alle Olimpiadi di Atlanta nel 1996

Era il 1996 quando Yuri Chechi vinse la medaglia d'oro alle Olimpiadi di Atlanta nel 1996 (foto). Eppure il tempo sembra non lasciare tracce sul suo fisico e certo non ha attenuato

l'amore dei suoi fans che ieri lo hanno accolto con entusiasmo a RiminiWellness. Ospite dello spazio Sellfit, ha incontrato gli appassionati e si è anche esibito in qualche esercizio. "Qui è casa mia – ha commentato – vengo sempre volentieri alla fiera più importante del settore e in un ambiente dove vedo belle persone. RiminiWellness è la festa dello sport, dove la gente si ritrova intorno alla passione che coltiva durante l'anno e dove è possibile osservare le novità del settore. Devo dire che in un momento di grave crisi, mi pare di vedere che questo mondo ne risenta un po' meno".

**Redazione Online**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

---

## VEGLIA DI PENTECOSTE



Mons.  
Lambiasi  
vescovo di  
Rimini dal  
2007

Si svolgerà sabato 26 in piazza Cavour la Veglia di Pentecoste. Il Vescovo invita tutta la Comunità diocesana e ogni singola parrocchia a partecipare all'evento che, sul

cammino spirituale e pastorale di questo anno, è dedicato al Battesimo. Previsto anche l'intervento del giornalista Luigi Accattoli. "La veglia – ha scrive **Mons. Francesco Lambiasi** – sarà strutturata in due momenti importanti. All'inizio ci ritroveremo radunati per gruppi di vicariato in quattro chiese di Rimini, e da lì ci metteremo in cammino verso Piazza Cavour: sarà come un pellegrinaggio, per convergere come unico popolo di Dio verso il cuore della città, dove potremo ascoltare la parola del Signore, la parola del Vescovo e quella di alcuni testimoni. Al termine i catechisti battesimali e quelli dell'iniziazione cristiana degli adulti delle nostre parrocchie riceveranno il mandato per il loro ministero."

### **Il programma.**

Sabato 26 maggio 2012. Ritrovo in quattro chiese di Rimini alle ore 20.00. S. Giovanni Battista, parcheggi: Arco; vicolo S. Giovanni; zona Palazzetto e Stadio. Vicariati: Coriano, Morciano, Lit. Sud; Urbano: S. Giovanni, Colonella, Cristo Re, Regina Pacis, Miramare, Bellariva, Rivazzurra, Maria Ausiliatrice, Mater Misericordiae, Resurrezione, Mater Ecclesiae. Alla chiesa di S. Gaudenzo: parcheggio: Scarpetti (accesso da Viale Valturio) Vicariati: Valmarecchia; Urbano: Riconciliazione, Crocifisso, S. Raffaele, S. Gaudenzo. Per la chiesa di S. Giuliano parcheggio: Ponte di Tiberio. Vicariati: Savignano – Santarcangelo; Urbano: S. Maria M. (Celle), S. Giuliano Martire. Infine S. Nicolò Parcheggio: Parrocchia (campo sportivo), strade limitrofe. Vicariati: Lit. Nord; Urbano: S. Agostino, S. Girolamo, S. Giuseppe al porto. Ritrovo in piazza Cavour 21.00.

---

# Marco Panara per il quarto appuntamento con il ciclo “Le Grandi Interviste della Piazza”

“Le Grandi Interviste della Piazza” è un’iniziativa della Piazza partita il 22 aprile scorso e prevede la pubblicazione di interviste a personaggi noti dell’economia e della società realizzate negli anni passati, giacenti nei cassetti della redazione, mai pubblicate sull’edizione cartacea, e che ora riprendono vita sull’edizione on line per ottenerne la massima diffusione possibile con la comodità di averle sempre disponibili sulla Piazza online oppure salvarle in Pdf. Lettere (e rilette) a distanza di molti anni appaiono disarmanti, seppur con leggerezza, per la loro attualità. Insomma il tempo passa eppure le questioni di fondo si contano sulle dita di una mano. Qui di seguito un breve riepilogo delle tre “puntate” precedenti. *Buona lettura e felice domenica. Lettere e commenti a: [redazione@lapiazzarimini.it](mailto:redazione@lapiazzarimini.it)*

Grande Intervista a **Tito Boeri** VAI ALL’INTERVISTA

Grande Intervista a **Nicola Di Bari** VAI ALL’INTERVISTA

Grande Intervista a **Kary Mullis** VAI ALL’INTERVISTA

## INTERVISTA A MARCO PANARA

### Quale futuro per le piccole e medie imprese?

“Tempi duri. Nel senso che l’economia mondiale va verso un periodo difficile. E anche la nostra pagherà un prezzo. Essendo flessibile, con una catena più corta soffriamo e forse soffriremo meno di altre economie”.



Marco Panara,  
giornalista.

“Quello che devono fare sempre, non solo oggi o domani: lavorare molto sui prodotti, sulla tecnologia, sulle novità. Negli ultimi decenni hanno vinto i prodotti italiani che hanno cambiato i nostri comuni comportamenti. E sono proprio questi manufatti che hanno un vantaggio competitivo. Le imprese hanno bisogno di razionalizzazione, contenimento dei costi e l’esigenza di lavorare insieme. La crescita non può essere solo naturale, ma va fatta sotto forma di aggregazione delle piccole e medie imprese per avere la forza di investire, fare ricerca e internazionalizzarsi. Un fatto importante è che nuovi mercati si affacciano ogni giorno, ogni ora. Se i mercati classici non vanno abbandonati, chi aggancia i nuovi può farcela. Penso al Vietnam, al Marocco, all’Africa, all’Asia: aree geografiche possono dare molte soddisfazioni. Per i piccoli è difficile andare lontano, invece è un’esigenza fondamentale che si può fare attraverso azioni coordinate”.

### **Il made in Italy ha perso smalto e quote di mercato, perché?**

“In realtà la perdita di smalto è un po’ ciclica. Abbiamo avuto un grande splendore nel design e nella moda. Un periodo gloriosissimo negli anni Sessanta grazie ad una combinazione di design e di imprenditori che hanno avuto il coraggio di star loro dietro. Di ascoltarli. Questo ciclo è un po’ cambiato. Oggi, si va più sul sicuro. Si dà spazio ad una progettualità che affina a discapito della creatività, dell’osare: e questo è un limite. Rappresenta una perdita di

giovinezza e freschezza, anche se abbiamo ancora capacità artigianali forti. Uniche. In questo settore parecchie cose si producono ancora in Italia, dove c'è una capacità di fare alta e di livello sopraffino che non ha riscontro da nessun'altra parte nel mondo. Credo che negli ultimi due anni ci sia stata una riscossa, con un successo delle esportazioni molto vistoso. Abbiamo superato la Francia ed il Regno Unito di 50 miliardi di euro. Abbiamo avuto anche la capacità di allargare i nostri settori. Non più solo design, ma anche meccanica. Naturalmente la strada è sempre lunga; la competizione è sempre accesa. La qualità del passato non basta, ci vuole sempre uno sforzo ulteriore".

### **Che cosa deve chiedere l'imprenditore allo Stato?**

"Ognuno deve fare la sua parte. Lo Stato non deve fare l'imprenditore. Ma è l'imprenditore che deve attrarre e organizzare i talenti, accentuare la produttività, tentare nuovi mercati. Deve lavorare, ed è difficile, per risultati crescenti e perduranti, soprattutto se è un accentratore. Il fare impresa richiede molte competenze: finanziarie, di marketing, produttive, tecniche. Insomma, richiede un tasso di managerialità alta. L'imprenditore deve avere la capacità di parlare e organizzare i vari soggetti che hanno ruoli altrettanti importanti rispetto al suo. E' chiamato a creare un ambiente favorevole allo sviluppo e deve avere la forza di sapersi relazionare con le competenze, con la scuola, con l'Università, i centri di ricerca. Lo Stato da parte sua deve pensare alle infrastrutture, alla giustizia, ai fattori di sicurezza, alla legalità commerciale, combattere la corruzione. Che sono poi altrettanti fattori di crescita. Uno Stato lento e complicato rende difficile penetrare i mercati. Le istituzioni dovrebbero avere una tempistica corta. Lo Stato ha un ruolo importantissimo: però non basta il pubblico da solo e non basta il privato da solo. Direi che tutto questo una parte dell'impresa lo fa. Ed una parte, seppur più piccola, dello Stato pure, anche se è rimasto più indietro



sull'efficienza, sulla trasparenza. Gli imprenditori sono chiamati ad utilizzare le opportunità offerte dalla tecnologia per accrescere la capacità produttiva, ma rispetto alle nazioni più avanzate scontiamo delle arretratezze. Su questo, va detto, il pubblico ed il privato sono insieme. Un altro punto di fragilità verso le imprese sono i servizi: poco efficienti e molto costosi. Ci vorrebbe un veloce processo di liberalizzazione. Sarebbe una componente importante per la riqualificazione a vantaggio delle imprese e delle persone. Una cultura di servizio non proprio fortissima”.

### **Quali sono i difetti della nostra classe imprenditoriale?**

“La lentezza nell'adeguarsi ad un sistema aperto, la voglia di innovare e di misurarsi. Specularmente l'assenza di queste caratteristiche, ha fatto loro preferire di appoggiarsi a sistemi protetti, collusi. Hanno difficoltà a gestire processi di allargamento, con tecnologia alta. Hanno intuizione, hanno inventiva, ma fanno fatica a fare sistema con sistemi più complessi, che richiedono organizzazione e capacità di regia. Hanno difficoltà ad interagire con il sistema della ricerca; sono chiusi nel loro mondo culturale e fanno fatica a dialogare. Hanno difficoltà concettuali. I risultati raggiunti li impigriscono, non osano sfidare e cercare di fare il salto dimensionale. E' un imprenditore che accetta quanto ha fatto senza sentire il bisogno di andare oltre. In Italia un altro passaggio stretto sono i cambi generazionali. Colui che ha creato fa fatica a dare credito e fiducia a chi lo dovrebbe sostituire. E' un tasso di provincialismo che li espone a scelte sbagliate. La difficoltà ad interloquire non facilita il salto dimensionale”.

### **Ci sono dei modelli imprenditoriali da portare come esempio?**

“Tanti. Grazie a Dio gli esempi non mancano. E ci possiamo permettere di scegliere. Penso a Del Vecchio di Luxottica, Merloni dell'omonimo gruppo, Alessandri di Technogym, Bombassei della Brembo. Sono esempi importanti di aziende

brillanti, capaci, vincenti che hanno avuto effetti anche sul resto del sistema. Hanno avuto la capacità di aprire gli occhi ad altri imprenditori”.

### **Paura di Cina e India?**

“Il ciclo di sviluppo per loro sta correndo come per noi negli anni Sessanta; siamo diventati forti a discapito di altri competitori. Oggi, tocca a noi essere sotto assedio. Le due nazioni hanno dalla loro la demografia. Però sono anche delle potenze straordinarie. L’azienda Italia deve essere dinamica, con la capacità di gestire i processi che ci colpiscono. Può approfittare della sua leadership in alcuni settori, valorizzando la propria crescita. Per farlo deve puntare sull’innovazione: per continuare a stare davanti. Negli anni ’80, il Giappone sembrava capace di occupare qualsiasi mercato; gli Usa hanno risposto con la tecnologia. Non vedo Cina e India come nemici; come fatto concettuale nessun popolo lo è. Con le sue caratteristiche l’Italia si può giocare le sue carte, ma non nel comparto del basso valore aggiunto. Non è quella la strada. Bisogna puntare sulle nicchie dove siamo guida. Non possiamo fornire infrastrutture come città e industrie chiavi in mano, come fanno tedeschi e giapponesi, ma possiamo continuare ad allargare i nostri spazi che crescono perché l’economia cresce”.

### **In un contesto competitivo, come vede l’imprenditore italiano?**

“Si è in un periodo grigio. Una parte dell’imprenditoria si è adattata al mercato domestico, che è quello medio-basso e utilizzava l’arma della svalutazione della lira come fattore competitivo. Queste aziende hanno avuto ritmi più lenti. Tuttavia negli anni, soprattutto con l’entrata in vigore dell’euro, una parte dell’impresa ha reagito positivamente e rapidamente. Una parte invece non ha fatto il cambio di passo perché i limiti dell’imprenditore-accentratore sono diventati i limiti dell’impresa. Quelle a rilento che hanno lasciato il campo nel 2007 sono state tantissime. Tante come non mai, ma

rappresentavano la marginalità, con poco valore aggiunto rispetto a nazioni con i costi della manodopera più bassi. Avevano anche un basso tasso di internazionalizzazione”.

**Redazione Online**

© RIPRODUZIONE RISERVATA