

## CONTRO IL CREDIT CRUNCH

# Microcredito, la finanza si scopre democratica

di Milena Prisco

**I**n Italia solo il 5 per cento dei cittadini ha accesso al credito bancario. È il dato fornito dalla presidente Laura Boldrini in occasione della lectio magistralis tenuta lo scorso 10 luglio a Montecitorio dal professor Muhammad Yunus il banchiere dei poveri, premio Nobel per la pace, fondatore della Grameen Bank ed ideatore del microcredito.

In Italia il microcredito è come se non esistesse se si guarda al numero dei prestiti erogati annualmente: nella pratica è di fatto scarsamente utilizzato. Le cause sono molteplici e per certi versi sconcertanti considerata la potenzialità dello strumento che potrebbe essere uno dei motori della ripresa economica. Carezza normativa, mancanza di un sistema fra gli operatori finanziari del microcredito, assenza di politiche di finanza sostenibile e ad impatto sociale, condizionamento culturale: il cittadino italiano anche nella più profonda crisi economica non cerca l'auto-impiego ma il posto fisso. Per tutto questo il microcredito - un successo in Paesi in via di sviluppo come Bangladesh e India - non attecchisce in Italia.

I destinatari del microcredito sono i soggetti non bancabili o "sotto bancarizzati", perché sprovvisti di un reddito fisso o impossibilitati a prestare garanzie a fronte del credito. Un segmento fuori target per le banche ma che costituisce un mercato vastissimo di potenziali destinatari di micro prestiti. Le famiglie possono beneficiarne fino a 10mila euro per soddisfare bisogni primari, mentre gli imprenditori e le piccole imprese fino a 25mila euro per l'avvio o l'esercizio del proprio business.

Il termine di restituzione dei prestiti varia così come il tasso di interesse. Quest'ultimo, spesso, viene demonizzato in maniera sbagliata e reputato troppo alto (in media fra il 12 e il 14 per cento), ma è il risultato del cumulo di diversi fattori: il rischio portafoglio, il costo per gli operatori del rifinanzia-

mento dei fondi nel sistema bancario (circa il 4 per cento) e i costi diretti (come la gestione delle filiali e l'attività prodromica all'erogazione). Di fatto il valore del tasso è un non problema dal momento che una volta utilizzato il prestito l'interesse è un costo spalmato sulle rate dell'importo preso a credito.

### GLI IMMIGRATI FANNO LA FILA

Da noi gli operatori si contano sulle dita di una mano: PerMicro, Microcredito per l'Italia Impresa Sociale e Microcredito di Solidarietà, le Banche Cooperative, Banca Etica i principali. A livello locale, la grande sfida si gioca sul territorio con la promozione. Spiega Corrado Ferretti presidente di PerMicro, società leader del settore attiva dal 2007 che ormai può vantare 13 filiali in tutta Italia: «La nostra è un'attività di continuo scouting

dei possibili clienti, dei "buoni pagatori", fatta dai nostri uomini anche volontari che agiscono nelle comunità del posto con il passa parola e seguono i clienti anche nel corso del prestito con un'assistenza qualificata».

Ferretti parla con entusiasmo della crescita dei prestiti principalmente alle famiglie per i bisogni primari come l'istruzione dei figli, la casa e le spese mediche. Ma non nasconde i pregiudizi delle imprese, mostrati quando devono ricorrere a questo canale di finanziamento. «Gli Italiani non hanno la cultura dell'auto impiego, vedono l'impresa come rischio e non come il sostentamento per uscire da situazioni di bisogno».

Non a caso sono principalmente gli stranieri a richiedere il microcredito per fare impresa, anche individuale: quello che vuole aprire un chiosco per vendere kebab o

l'elettricista non sono diversi dagli indiani che si rivolgono alla Grameen Bank di Yunus per comprare l'aratro e coltivare il campo. Il condizionamento culturale è una verità indiscutibile, che non può diventare un baco strutturale per giustificare l'assenza totale di una politica centrale di dedicata alla micro finanza. Alcune pubbliche amministrazioni hanno negli anni approvato programmi di sostegno al microcredito attraverso fondi di garanzia, convenzioni con intermediari finanziari per l'erogazione di finanziamenti agevolati. Lo hanno fatto la regione Sicilia e quella Lazio, ma si tratta di casi isolati. A livello centrale, poi, l'ente nazionale per il microcredito non brilla per iniziative propositive. L'assenza di una regolamentazione completa e di una politica di supporto non creano le condizioni per ampliare l'offerta del settore e pro-

muovere la crescita di nuovi operatori. «Il microcredito ha alti costi, rischi notevoli e margini bassi», aggiunge Corrado Ferretti, «Per questo non c'è un reale interesse degli operatori bancari a promuoverlo o finanziarlo salvo rare eccezioni». Come PerMicro, che ha fra gli azionisti la Banca nazionale del Lavoro, e da poco la Compagnia di San Paolo, l'Istituto Bancario di Napoli-Fondazione, il Monte dei Paschi di Siena attraverso il Microcredito di Solidarietà.

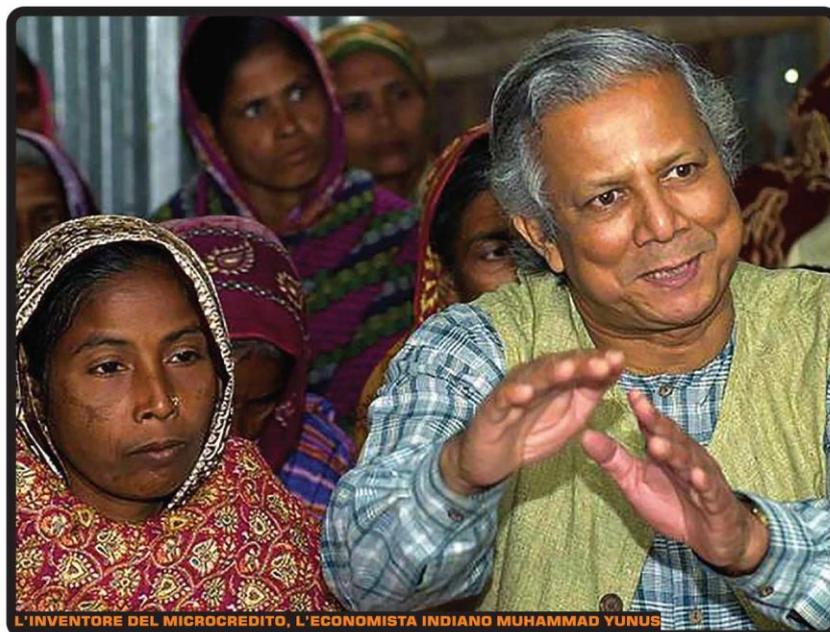
La farraginosità del processo legislativo poi ha fatto da tappo ancora una volta. In estrema sintesi, il decreto legislativo 169 del 2012 ha introdotto una disciplina speciale sul microcredito che necessita di un regolamento attuativo. Dopo due anni il decreto ministeriale con in pancia il regolamento è stato praticamente bocciato dal Consiglio di Stato con il parere n. 1954 del 2014. Quindi per il momento è tutto da rifare con tempi indefiniti visto che il microcredito non sembra essere fra le priorità dell'esecutivo, anche quando si parla di ripresa economica.

Dato il condizionamento culturale del mercato e la mancanza della cultura dell'impact investing di imprese e intermediari finanziari, l'interesse per il microcredito può crescere solo se diventa un buon business per tutti. A voler essere cinici, ciò che conta è rendere conveniente il microcredito prima di tutto per gli operatori: semplificazione, agevolazioni fiscali ed incentivi, accesso al fondo di garanzia nazionale, creazione di fondi di investimento a impatto sociale, politiche di sostegno alle imprese in termini di corporate social responsibility (in Italia quasi sconosciuta o di facciata) con meccanismi premiali ed incentivanti.

La crescita del numero degli operatori - anche non professionali - comporterebbe una maggiore offerta che mirerebbe a sviluppare la domanda dei clienti del microcredito con campagne di informazione. Si aprirebbe un mercato a beneficio di tutti.

Per sfruttare una risorsa al momento sprecata ci vuole un quadro normativo chiaro che aggregi in sistema tutti gli attori, istituzioni pubbliche, banche e imprese. La posta in gioco è importante: impresa e nuovi consumi per fasce deboli che si traduce in ripresa economica ed occupazione.

@Milena Prisco



L'INVENTORE DEL MICROCREDITO, L'ECONOMISTA INDIANO MUHAMMAD YUNUS