

Credito | L'esperienza di Extrabanca

L'integrazione si fa (anche) allo sportello

di **Martino Pillitteri**

AD EXTRABANCA, IL PRIMO ISTITUTO DI CREDITO in Italia nato nel marzo 2010 per servire in prevalenza i cittadini stranieri residenti nel nostro Paese e le imprese da loro gestite, l'apertura di un conto corrente non è solo una transazione tra una banca e un cliente. È un rapporto a lungo termine

la cui mission è favorire il processo d'integrazione sociale e il perseguimento di uno sviluppo economico equo dei nuovi cittadini. «Noi aiutiamo i clienti, italiani e non, a conseguire obiettivi che possono cambiare la loro vita in meglio e lo facciamo attraverso l'erogazione di un prestito per l'apertura di un'impresa o per far studiare i figli», spiega Simona Ettore, direttore commerciale e marketing dell'istituto. «A fare la differenza, rispetto ad altre banche, è il nostro modello di servizio: interazione con il cliente, consulenza in lingua, documentazione multilingue, orario continuato dalle 9 alle 19 (dal lunedì al sabato e occasionalmente anche la domenica), un'atmosfera e un layout delle filiali in grado di assicurare i clienti, una gamma dei prodotti molto competitiva sui prodotti di risparmio e sul credito al consumo. A mio avviso, sono tutti valori aggiunti che vanno al di là dell'importanza dei servizi tipici delle banche».

Ma dietro il conto corrente e la gestione del risparmio, c'è anche qualcos'altro, ovvero un'interessante lettura sulle caratteristiche della galassia migratoria. «I clienti filippini e cingalesi, ad esempio, tendono a chiedere i servizi tipici dei lavoratori dipendenti forse perché spesso si occupano di lavori domestici; l'esatto opposto dei clienti pakistani e cinesi, proprietari di imprese. Il senso di comunità tra i cinesi si traduce spesso in prestiti privati tra di loro, soprattutto quando sono in difficoltà finanziaria; i filippini invece si distinguono per un passaparola molto efficace; i clienti romeni tendono a defilarsi dai gruppi organizzati comunitari».

Ma non solo. «Il rapporto con la banca stabilito dai nostri clienti», sostiene Ettore, «ribalta anche le nostre convinzioni sugli immigrati come individui a basso tasso civico. Al contrario, sono grandi risparmiatori e guardano al futuro con molta attenzione. Non sperperano i risparmi». «Grazie a un'alta propensione al risparmio volta ad accantonare risorse finanziarie di cui usufruire in un momento futuro, spesso nel Paese di origine, e il forte impegno lavorativo, i clienti stranieri, pur con redditi mensili netti del tutto ordinari, sono a volte in grado di sostenere impegni finanziari che, in una logica puramente creditizia e con una metodologia di scoring con-

venzionale, non sarebbero nemmeno erogati», conclude il direttore. ■



In breve

Rifiuti**Ecobank, a Piacenza il riciclo vale un bonus**

A due anni dal suo esordio, riparte da Piacenza "Ecobank", il rivoluzionario macchinario per la raccolta differenziata di qualità di Tradingenia srl, che sfrutta il principio del vuoto a rendere per riconoscere un "bonus" in euro spendibile nei negozi convenzionati a chi vi conferisce

bottiglie in plastica Pet. www.eco-bank.it

Alimentazione**Da McDonald's solo pesce con la certificazione**

McDonald's e Sodexo si impegnano a utilizzare solo pesce certificato Msc. Le confezioni del Filet-O-Fish (celebre panino di McD's) e di tutto il cosiddetto "fish finger" - bastoncini e simili - venduti in Europa recheranno il marchio blu del Marine Stewardship Council, che segnala che tutto il pesce utilizzato nei menu proviene soltanto da filiere certificate.

www.msc.org

Ambiente**Aran Cucine scommette sull'eco-foresta**

Aran Cucine, azienda leader dell'esportazioni di cucine italiane all'estero, è all'avanguardia in tema di sostenibilità. Da un lato un sistema di gestione ambientale basato sulla normativa internazionale ISO 14001, dall'altro la certificazione Fsc - Forest Stewardship Council, un impegno verso l'ambiente e la tutela dei valori etici e sociali delle comunità che vivono nelle foreste.

www.aranworld.it

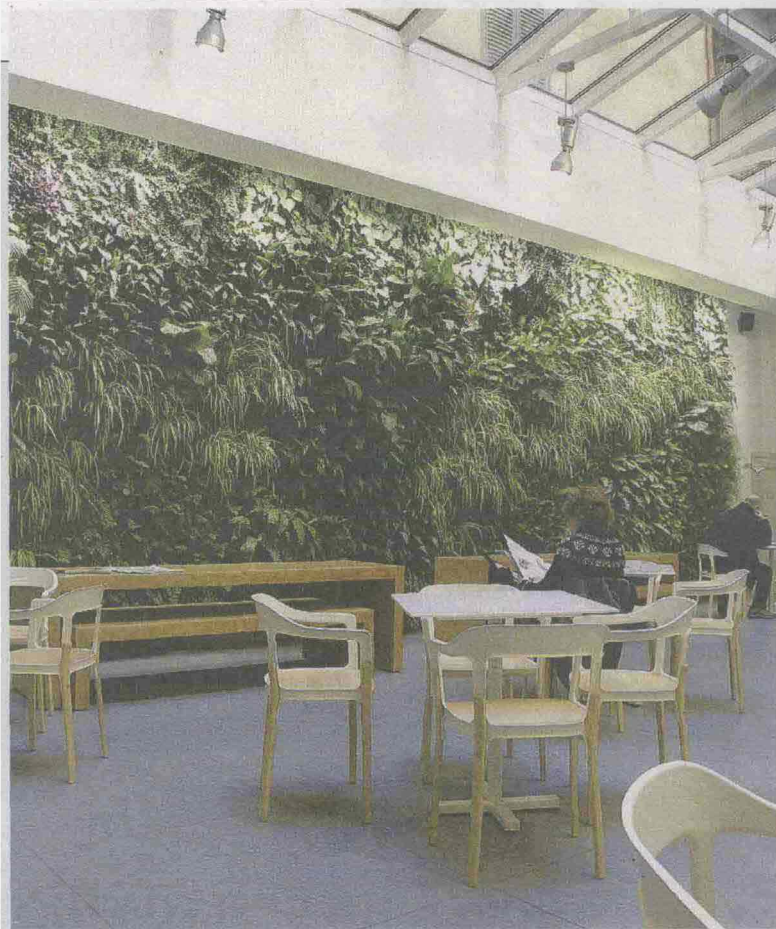
Housing**A Rho la socialità è al centro**

L'architetto **Marco Tamino** e Ingenium RE hanno progettato a Rho un complesso residenziale, di imminente realizzazione, formato da 350 alloggi inseriti all'interno di un contesto abitativo che mette al centro

dell'attenzione la socialità: spazi comuni, luoghi e servizi per la vita associata, per l'incontro, la ristorazione, il commercio, lo sport ed il tempo libero.

www.ingeniumre.it

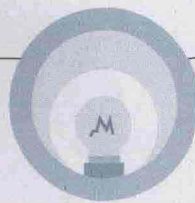




Natura&design

Quanto è green il giardino verticale

Lui è un perito agrario e lei un architetto. Lui per vocazione è paesaggista e lei designer. Si chiamano Stefano Laprocina e Giusi Feronè e sono amici fin dall'infanzia. Insieme hanno dato vita a Verde Profilo, una società della provincia di Monza Brianza che si distingue per la capacità di riuscire a coniugare amore per la natura e design in una serie di soluzioni di grande efficacia. Tra tutte, spicca il sistema "Giardini in verticale" che consente di arredare spazi interni ed esterni attraverso strutture autoportanti con un substrato inerte nel quale vengono fatte radicare delle piante selezionate accuratamente e un sistema di fertilizzazione e irrigazione programmato. A seconda del contesto ambientale in cui deve essere inserito il giardino verticale, durante la fase progettuale vengono scelte le essenze vegetali più adatte a dare la sensazione della natura come protagonista spontanea dell'ambiente. Oltre ad essere esteticamente di grande impatto, i giardini verticali hanno una serie di notevoli vantaggi: producono variazioni microclimatiche (abbassamento della temperatura e incremento umidità dell'aria); depurano l'aria tramite l'assorbimento dell'anidride carbonica e la produzione di ossigeno; attenuano i rumori, grazie alla capacità della massa vegetale di assorbire onde sonore; svolgono un'azione antisettica; favoriscono la depurazione idrica e migliorano l'isolamento termico degli edifici con conseguente riduzione dei consumi energetici e dell'emissione di gas serra.



L'idea giusta

di Fabio Latino

L'eco-plastica è meglio

Il gruppo San Pellegrino è impegnato da tempo sul tema della sostenibilità ambientale. Per rendere concreto il proprio impegno, il più grande operatore italiano nell'ambito del beverage ha deciso di concentrarsi soprattutto sull'imballo e in particolare sull'innovazione consentita dalla normativa recente in materia di riciclo delle materie plastiche. Secondo quanto presentato in un recente convegno sul tema delle ripercussioni positive delle politiche di confezionamento dei prodotti, il gruppo San Pellegrino dal 2008 al 2010 è riuscito a ridurre di 4.100 tonnellate l'utilizzo di Pet, avvalendosi di un design capace di rendere sempre più leggere le bottiglie



(progetto "Light Weighting"). Altro progetto all'insegna della sostenibilità è la bottiglia "Levissima LaLitro", prodotta con una percentuale di Rpet (Pet riciclato) pari al 25%. Si tratta di un'innovazione resa possibile dall'entrata in vigore del decreto ministeriale n.113 del 18 maggio 2010 che consente l'utilizzo di Rpet fino al 50% nella produzione delle bottiglie per acqua minerale.

Uno studio presentato da Althesis ha infatti mostrato che dal 2000 al 2010 il riciclo di plastica ha portato al Paese 2,7 miliardi di euro in benefici netti. Se si parla di Pet, i benefici netti per il decennio ammontano a 1,2 miliardi di cui 232 milioni provenienti riguardanti il giro di Pet legato al gruppo San Pellegrino.

Uno studio presentato da Althesis ha infatti mostrato che dal 2000 al 2010 il riciclo di plastica ha portato al Paese 2,7 miliardi di euro in benefici netti. Se si parla di Pet, i benefici netti per il decennio ammontano a 1,2 miliardi di cui 232 milioni provenienti riguardanti il giro di Pet legato al gruppo San Pellegrino.