

Ci sono immagini della storia recente e meno recente che non si possono dimenticare. Quella dei soldati dell'Armata rossa, per esempio, che entrano a Berlino e abbattano le croci uncinato del nazismo dalla porta di Brandeburgo. O quelle più vicine a noi dei soldati americani che entrano a Baghdad e demoliscono la statua di Saddam Hussein.

C'è qualcosa di simile nella rimozione del marchio di Hypo Bank Alpe Adria dal tetto del palazzo di vetro e cemento della ex sede centrale della holding (oggi della bad bank Heta Asset Resolution), avvenuta l'altro ieri. C'è lo stesso pathos, lo stesso simbolismo drammatico.

C'è voluta una gru gigante della ditta Josef Buttazoni per rimuovere quel marchio in acciaio, grande 6 metri per 6 e pesante due tonnellate e mezza. Era fissato su un'asse lunga due metri, su cui nei tempi migliori ruotava giorno e notte, illuminato da fari potenti. Lo si vedeva già da lontano ed era diventato il secondo simbolo di Klagenfurt, dopo quello del drago che sta nella Neuerplatz, di fronte al municipio.

Ora quel simbolo non c'è più. La gru della Buttazoni lo ha calato sull'acciottolato retrostante, dove è stato in parte smontato e trasportato altrove. Dove non si sa, ma certamente la bad bank, alla caccia disperata di risorse, anche minime, cercherà di ricavare qualcosa dalla vendita dei rottami di metallo.

La scomparsa del marchio di Hypo Bank dall'orizzonte di Klagenfurt segna icasticamente la fine di un'era, che per molti anni aveva fatto sognare la Carinzia. La banca era diventata il fiore all'occhiello del Land, il segno del riscatto della regione più povera dell'Austria (dopo il Burgenland), che però aveva saputo fare del suo istituto di credito un successo a livello internazionale. I carinziani ne erano fieri.

Nei tempi migliori Hypo Bank aveva visto aumentare volume di affari e utili a due cifre percentuali all'anno. Era cresciuta, ramificandosi in una dozzina di Paesi, dall'Italia ai Balcani e poi in su, verso la Germania. Le banche concorrenti schiumavano di invidia e di rabbia e si chiedevano come avesse fatto quella banchetta, un tempo sonnacchiosa, a crescere così tanto e in così poco tempo.

In Italia i primi passi erano stati mossi con una società di leasing, che solo in una seconda fase era diventata anche una banca vera e propria, controllata al 100% da Klagenfurt. Il nome Hypo ispirava fiducia e soggezione. Era un nome austriaco e l'Austria ha sempre goduto di buona fama dalle nostre parti.

I dipendenti erano orgogliosi di far parte del gruppo. Alcuni di essi erano stati "rubati" ad altre banche, con la promessa di condizioni contrattuali migliori, ma avrebbero accettato comunque l'offerta, perché se ne sentivano gratificati. Si sentivano gratificati di far parte di un gruppo internazionale "made in Austria" e molti di essi ricordano ancor oggi con nostalgia i bei tempi, quando nei giorni che precedono il Natale, come questi, venivano invitati a una cena aziendale in un accogliente ristorante in riva al Wörthersee. Le tavole imbandite, come solo gli austriaci sanno imbandirle, le musiche natalizie in sottofondo, le luci dell'Avvento alle finestre e sui balconi delle case. In poche parole, un sogno ad occhi aperti e la sensazione di far parte del mondo dei privilegiati. Poi è arrivato il momento del risveglio e il sogno è svanito. Prima la scoperta di azzardate operazioni swap su valute e interessi, conclusesi nel 2004 con una perdita di 328 milioni (tenuta nascosta per due anni, con falsificazione dei bilanci). Poi l'emergere uno dopo l'altro di crediti in sofferenza. Si può ipotizzare che, senza la crisi finanziaria internazionale, Hypo Bank sarebbe stata in grado di fronteggiare le difficoltà. Ma la crisi è venuta e ha colpito tutte le banche: quelle gestite con maggiore prudenza e oculatezza hanno retto, Hypo Bank non ce l'ha fatta. La sua gestione spericolata aveva avuto successo in tempi normali, ma l'aveva precipitata nel baratro quando erano sopraggiunti quelli difficili.

La rimozione del grande marchio dal palazzo della casa madre segna quasi teatralmente la fine di una storia. Ora rimane un enorme, inutile palazzo, che Heta Asset Resolution cercherà di vendere quanto prima, e 400



Hypo Bank: Fine di un'era rimosso dal tetto il grande marchio

dipendenti ormai in sovrannumero per le esigenze attuali. Entro il 2017 se ne dovranno andare in 90. Un po' dopo anche tutti gli altri.