

BARCLAYS

Il rilancio passa dallo sportello

Al via il progetto Premier, che prevede l'apertura di 50 filiali in tutta Italia. Cambio al vertice, invece, per la rete dei promotori. di Roberta Caffaratti

■ Si chiama Premier ed è la banca che Barclays vuole fare in Italia. Non è un nome, ma un modello che l'istituto di credito inglese importa in Italia dopo averlo già sperimentato in Spagna, Portogallo, Francia e Dubai e, entro la fine del 2008, in India, Egitto, Kenia, Mauritius, Ghana, Sud Africa e Zambia. L'obiettivo è quello di creare un network globale in cui il cliente, attraverso una membership card, avrà lo stesso livello di servizio in ogni Paese in cui Barclays è presente.

In tutte le nazioni è prevista l'apertura di filiali di grande impatto, come nello stile del settore moda più che del credito. In Italia, la scelta è caduta su Milano a cui seguirà nei prossimi mesi anche Roma. Lo sviluppo del progetto è stato affidato a **Pietro D'Anzi** (foto), ex partner di Bain&company, da poco più di due mesi direttore generale retail di Barclays global retail and commercial ban-

king (Grub). L'obiettivo è conquistare un cliente con almeno 50 mila euro di patrimonio, ma con redditi mensili superiori a 2.500 euro. «Risponderemo ai bisogni finanziari con una rete di specialisti che sarà attiva nelle filiali con un'offerta che arriverà direttamente da Londra» dice a *Economy* D'Anzi.

Inizialmente gli specialisti, che sono coordinati da **Mauro Pettinicchio**, saranno 50, ma dovranno salire a 80, e anche il numero delle filiali dovrà salire a quota 80 entro fine anno, con una preferenza per il Nord Italia. Accanto allo sportello continua a operare la rete dei promotori, che conta su 180 professionisti e circa 300 milioni di masse. Gli inglesi, dopo un anno di attività, si aspettavano 500 uomini e circa 700 milioni di asset e per questo hanno allontanato **Arcangelo Vincenzi** dalla guida della rete, affidandola alla direzione generale. ®

