

Strategie De Stasio: famiglie con pochi debiti

Barclays sorprende: assunzioni in Italia

MILANO - Il gruppo Barclays punta sull'Italia. Perché — dice Vittorio De Stasio, amministratore delegato di Barclays Italia (global retail & commercial banking) dopo una lunga carriera nel gruppo Capitalia e più recentemente in Deutsche Bank Italia — «il mercato è sano e il livello di indebitamento delle famiglie è molto basso». Nei primi tre mesi del 2009, aggiunge, il gruppo aprirà 30 nuove filiali e assumerà 150 persone.

Una decisione controcorrente, visto come vanno le cose nel mondo delle banche...

«In effetti l'Italia è il Paese europeo nel quale il gruppo crede di più in questo momento. La crescita in ogni caso è iniziata nel 2006, prima cioè della crisi attuale. Ma i piani non hanno subito modifiche. Dalle due filiali di Milano e Roma del dicembre di due anni fa, siamo passati infatti alle 120 di fine 2008. A queste vanno aggiunti i negozi finanziari Barclays Mutui e Prestiti, che sono quasi un centinaio. Attualmente abbiamo 550 mila clienti, per 13,5 miliardi di euro di impieghi totali, di cui 1,1 provengono dall'acquisizione di Macquarie Italia».

Significa che guardate soprattutto alle famiglie? Quali sono le aree operative che considerate prioritarie?

«L'obiettivo è quello di fare banca a tutto tondo, bilanciando le diverse aree. Quindi non solo c'è molta attenzione alle

famiglie, che abbiamo sviluppato in modo particolare con l'acquisizione delle attività di Banca Woolwich, ma anche alle aziende. Nelle principali città sono stati aperti appositi Centri Imprese con personale specializzato, in grado di offrire non soltanto strumenti finanziari ma anche supporti per la crescita nel medio-lungo termine».

Mutui ai privati, prestiti alle imprese. E i risparmiatori?

«L'ho detto: vogliamo operare a tutto campo. E proprio sul fronte del risparmio siamo sempre stati innovativi. A partire dall'ultimo prodotto, il pronti-termine 5% netto. Siamo stati i primi a ragionare in termini di tasso netto, mentre i concorrenti continuano a parlare di tassi lordi».

Una scelta che appare molto marketing-orientata...

«Certamente lo è. Ma anche quando la promozione sarà terminata, il rendimento resterà alto e comunque legato ai valori di mercato».

Torniamo alle assunzioni: la scelta presuppone uno sviluppo tutto per linee interne?

«Non solo. Ciò che vogliamo in questo momento è crescere sul territorio. Ma siamo anche interessati, per esempio, a rilevare sportelli. Se troveremo opportunità coerenti con i nostri piani e a prezzi che riterremo ragionevoli, allora potremmo anche acquistare».

Giacomo Ferrari



Vittorio De Stasio

