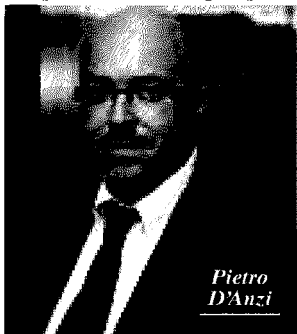


BANCHE L'istituto di credito vuole aprire tre flagship premier per i clienti più ricchi della Capitale. E per fine anno punta a incrementare ancora le filiali presenti sul territorio. Il dg D'Anzi anticipa le nuove strategie

Barclays schiera il tridente

di Carmine Sarno

Credo tattico degli allenatori di calcio più offensivi, schierare il tridente o meglio le tre punte, è da sempre sinonimo di intraprendenza. Proseguendo la metafora calcistica, quindi, si potrebbe dire che Barclays si lancia decisamente all'attacco della Capitale. L'istituto di credito è intenzionato a puntare sull'apertura di circa tre flagship premier, strutture prestigiose dedicate alla clientela d'élite, per così dire. Si tratta, infatti, di clienti con disponibilità minime di 60 mila euro. Una novità rispetto a quanto fatto fino ad oggi. A Milano, per esempio, è presente una sola struttura flagship. «In principio anche per Roma avevamo pensato a una flagship premier come a Milano», ha spiegato a *MF-Milano Finanza* Pietro D'Anzi, direttore generale retail di Barclays Italia. «Ma poi ci siamo resi conto che l'estensione della Capitale è decisamente più vasta rispetto a quella del capoluogo lombardo», ha aggiunto, «e un solo punto poteva diventare non facilmente raggiungibile da tutte le aree metropolitane». Da qui l'idea di realizzare all'ombra dei Sette colli una serie di punti vendita con le caratteristiche della classica flagship premier: «Stiamo puntando per le nostre filiali premier su due-tre punti strategici: saranno delle strutture più agili rispetto a una Flagship», ha ag-



Pietro
D'Anzi

giunto il direttore generale, «in modo da offrire a una clientela più vasta tutta una serie di servizi ad hoc». Ma l'intraprendenza

dell'istituto di credito non si limita alle strutture più di rappresentanza. Sull'area di Roma, entro fine 2010, il gruppo vuole accrescere ancora il numero delle filiali. Già raddoppiate dal 2008 al 2009, «entro la fine dell'anno puntiamo ad avere complessivamente 65 filiali, dalle attuali 47, e 20 negozi finanziari» ha anticipato D'Anzi. Per quanto riguarda le iniziative rivolte alla clientela, Barclays sta per lanciare un nuovo conto corrente.

«Oltre ad avere un rendimento del 3%, permetterà ai clienti che lo sottoscriveranno di ricevere un rimborso delle utenze accreditate sul conto». Anche in questo caso si tratta del 3%: in pratica per ogni bolletta che verrà messa in paga-

mento direttamente sul c/c, la banca restituirà ai propri clienti fino al 3% dell'importo complessivo. «I massimali, però, sono ancora da definire», ha precisato il manager. L'iniziativa, per ora lanciata solo su Roma e Milano, «sarà un'esclusiva per i nostri clienti premier», hanno affermato da Barclays. Nel commentare i dati sull'andamento dell'esercizio 2009 su Roma, D'Anzi si è definito «molto soddisfatto, non solo per le nuove aperture programmate, ma anche per quanto riguarda la vendita dei prodotti d'investimento». Anche sul fronte della stipulazione dei contratti di finanziamento per l'acquisto di abitazioni i risultati sono stati soddisfacenti. «Si tratta di performance positive, abbiamo erogato mutui importanti a una clientela di qualità», ha spiegato. Intanto sempre Barclays Bank sponsorizzerà la mostra dedicata a Philip Guston, al museo Carlo Bilotti di Roma dal 26

maggio fino al 5 settembre 2010. Guston è uno dei più importanti artisti dell'espressionismo astratto a livello internazionale che, proprio nella città eterna, ha vissuto uno dei suoi periodi di maggior estro e che ha avuto come modello ispiratore l'artista Giorgio de Chirico. (riproduzione riservata)