



BSI, una banca giovane, che non predica l'innovazione. La fa!



Il nuovo corso di Banca Sammarinese d'Investimento punta tutto sul mercato locale, sui giovani, su prodotti e servizi modernissimi e tecnologici. E i numeri le danno subito ragione.

di Angela Venturini Angela Venturini intervista il Presidente Emanuel Colombini

Quattro sportelli: a Rovereto, dove c'è la sede centrale, Dogana, Borgo, Città, che è l'ultimo in ordine cronologico ad essere stato aperto. Un aumento della raccolta del 40 per cento nell'ultimo anno e addirittura più 50 per cento per gli impieghi, mentre i dipendenti da 9 sono passati a 33. Oltre 2500 conti correnti negli ultimi due anni e un utile netto per l'esercizio 2013 che supera il milione di euro, dopo aver effettuato prudenzialmente accantonamenti ai fondi rischi per oltre due milioni e mezzo di euro.

Facile crescere partendo dal basso, ma non così scontato per chi fa banca negli anni della crisi. Eppure, per la BSI, una banca piccola, molo giovane perché è una delle ultime nate nel panorama sammarinese, i numeri segnano un'invincibile crescita. Davvero un bel segnale, mentre il quadro generale risulta fortemente ridimensionato e in qualche caso ancora sofferto.

Nata una decina di anni fa su iniziativa di un gruppo di imprenditori locali come private banking, cioè come banca di investimento per la gestione di patrimoni, dopo alcune vicende interne, la BSI

si trasforma profondamente, imponendosi la tipologia di un istituto più adatto a soddisfare le esigenze della clientela, valorizzando l'attività originale ed ampliando l'attività bancaria al settore retail.

Il nuovo corso punta innanzi tutto su un ampliamento dell'azionariato a vantaggio anche di una maggiore trasparenza. Primo obiettivo: la tutela del risparmiatore, con tutta una serie di servizi e prodotti innovativi capaci di cogliere le esigenze di una clientela sempre più vasta e differenziata. Realizza in sostanza un nuovo concept che punta sull'aspetto relazionale e fa leva sul rinnovamento di prodotti e servizi, sul nuovo ruolo delle filiali, sul miglioramento delle aree di consulenza e self service. Una visione dinamica e creativa, attenta agli orientamenti e alle abitudini di consumo di un cliente sempre orientato verso i servizi online.

Di questa nuova BSI che sperimenta a San Marino un modello per il futuro, parliamo con il suo presidente Emanuel Colombini.

Un rinnovamento profondo che è passato attraverso la proprietà

ma anche nell'organizzazione e negli obiettivi. Ce ne vuole parlare?

Innanzitutto, vogliamo interpretare lo spirito di una banca che deve essere solida per se stessa, con un azionariato ampio, aperto e trasparente. Altrettanto solida nella sua struttura organizzativa e patrimoniale, grazie anche ad un forte rafforzamento del management. Figure nuove, con alta professionalità alle spalle. Una banca capace di andare con le sue gambe nel mercato senza essere influenzata da fattori esterni, se non quelli dettati dalle dinamiche economiche e dalle scelte strategiche aziendali.

Presidente, qua è la filosofia aziendale della nuova BSI?

Il nostro spirito è quello del massimo servizio nei confronti della clientela, quindi di consumo di un cliente sempre orientato verso i servizi online. Per noi tradizionali, offriamo anche tutti quelli di una banca retail.

Una banca giovane in cosa si differenzia rispetto agli istituti storici del nostro territorio?

Poiché è giovane anche il gruppo che

ne detiene le quote associative, nonché i manager ed il personale dipendente, l'intento è quello di operare sul mercato, che oggi è estremamente mobile, attraverso le nuove tecniche di assistenza alla clientela, costituita da famiglie, giovani, imprese nelle loro mille sfumature e nelle loro più diversificate esigenze.

Vogliamo fare un accenno su qualcuno di questi servizi?

Oltre alla gestione patrimoniale nella sua accezione classica, abbiamo introdotto il *wealth management*, che offre soluzioni finanziarie su misura ai risparmiatori con un approccio integrato alla gestione del patrimonio. Wealth significa benessere, salute, ma anche abbondanza, ricchezza. Quindi parliamo di una gestione più evoluta, più completa, più consapevole del patrimonio familiare, o di quello personale, dove la consulenza, il suggerimento, l'informazione personalizzata sono fattori fondamentali. In qualche modo, con questo termine anglofono si parla di un servizio che prima analizza il cliente e le sue esigenze, e poi gli confeziona un vestito su misura. Non a caso, nella nostra pubblicità, c'è l'immagine di un sarto...

E per quanto riguarda la home banking?

Abbiamo lanciato una piattaforma web di ultima generazione, con la quale la clientela effettua lo stesso numero di operazioni eseguite normalmente allo sportello. Quindi è un servizio molto valido, veloce, pratico, facile, sicuro, per questo così tanto utilizzato. Anzi, stiamo spingendo perché diventi il canale operativo primario.

Vuol dire che pian piano verranno a meno gli sportelli?

Direi di no, la relazione diretta con il pubblico non verrà mai meno. Ma lo sportello dovrà diventare lo strumento per i servizi con valore aggiunto, dove c'è bisogno dell'intelligenza e della competenza del personale bancario. Certo è che la web banking, oltre ad essere molto comoda, costa di meno a livello gestionale perché ha bisogno di meno personale e consente inoltre di liberare tempo e risorse da dedicare alle esigenze del cliente.

Lei, presidente, usa la web banking?

Certo che sì. Non ne potrei fare a meno, visto che le nostre giornate sono così piene che non possiamo permetterci di perdere tempo. Per farle un esempio, abbiamo recentemente avviato un servizio basato su APP che dispone di



un'interfaccia di ultima generazione, disegnata appositamente per i dispositivi smartphone, ed offerta gratuitamente ad ogni cliente BSI.

E tra i prodotti nuovi della BSI, qual è quello di punta?

Ne abbiamo diversi a seconda della fascia di età e del tipo di clientela. Mantenendoci sul tema tecnologico vorrei citare la carta prepagata, che abbiamo chiamata *Carta Banca*. Siamo Principal Member Master Card e attualmente a San Marino siamo i detentori unici di questo strumento, che abbiamo adottato pensando soprattutto ai giovani, come primo approccio alla moneta elettronica, dove c'è essere caricata da sportello, da web o tramite bonifico. Può essere utilizzata per pagare le spese universitarie, l'affitto fuori casa, i viaggi di studio, un'esperienza professionale all'estero. È riconosciuto in tutto il mondo in quanto inserita nel circuito Mastercard. È utile per gli acquisti online, in quanto certificata 3D-SECURE e consente il trasferimento dei fondi da conti PayPal. Abbiamo appena avviato anche una nuova piattaforma forex che consente direttamente ai clienti interessati di operare sul mercato valutario dei cambi. Passando all'estremo opposto, abbiamo realizzato a San Marino il primo conto bancario a zero spese, dedicato a tutti i pensionati.

Andiamo su qualcosa di più sostanzioso, parliamo di economia. Che è ancora molto sofferto, anche perché le banche hanno sempre i collioni molto stretti. C'è una qualche attenzione per l'impresa?

Oltre cinquecento conti aperti sono relativi ad imprese che abbiamo cercato di supportare con operazioni specifiche, sia per finanziare il circolante con affidamenti e smobilizzo crediti, sia per investimenti a medio lungo termine, con operazioni di leasing e finanziamenti. Abbiamo inoltre stanziato dieci milioni di euro per sostenere il mercato immobiliare. La cifra è infatti destinata a finanziare mutui a tasso agevolato per l'acquisto o la ristrutturazione della casa di proprietà.

Non l'ho sentita parlare di investitori esteri. Non li considerate?

La nostra clientela è fatta per il 90 per cento da sammarinesi. Anche in conseguenza della nostra storia recente, lavoriamo quasi completamente con il mercato interno.

E la crisi quanto ha pesato in questa scelta?

Tutto sommato poco, perché il nuovo corso della banca è nato proprio nel bel mezzo della crisi e abbiamo lottato sin da subito con la situazione che perdura ancora oggi. Senza doverci preoccupare troppo di mettere a posto il passato.

Del resto, partendo da una situazione difficile, le cose non possono fare altro che migliorare...

In effetti, i numeri ci stanno dando ragione. E speriamo che ce ne diano sempre di più. Si comincia a vedere qualche movimento interessante, qualche nuova impresa, qualche nuovo imprenditore. L'uscita dalla blacklist, indubbiamente, è stato un elemento determinante e ci attendiamo, nel tempo, effetti positivi. In più, gli incentivi previsti dalla legge sulle start up, il parco scientifico tecnologico, la normalizzazione dei rapporti con l'Italia, sono tutti fattori che stanno portando una nuova attenzione su San Marino. Ancora non si vede il grosso flusso, ma si intravede un'inversione di tendenza.

Insomma, il futuro è rosa?

Prima di dire che sarà tutto rosa, bisognerà aspettare qualche anno. Ritorniamo però che San Marino possa avere davvero qualche numero in più rispetto ad altri paesi.