

Dir. Resp.: Roberto Napolitano

Il progetto. I prodotti Banca5 nella rete Itb

Intesa, carte e conti saranno in vendita in 20mila tabaccherie

Marco Ferrando

■ Non di sole sigarette e francobolli vivono da tempo le tabaccherie, che hanno spalancato le porte a pagamenti elettronici, ricariche, piccole pratiche fiscali. Non di sole (costose) filiali vivono ormai le banche, sempre più multicanali ma attente a non perdere quel rapporto di prossimità con la clientela. Questi due mondi, entrambi in profonda evoluzione, stanno per incontrarsi in un matrimonio di interessi che a breve vedrà i prodotti marchiati Banca5 entrare nei 20mila punti vendita affiliati a Itb, labanca dei tabaccai. Dietro al progetto, che giovedì verrà lanciato a Roma, c'è **Intesa Sanpaolo**, che a dicembre ha rilevato il controllo di Itb, di cui già deteneva il 10% e nominato il nuovo board: presieduto da Mario Boselli, già al vertice di Setefi (appena ceduta) vi figura tra gli altri il capo della **Banca dei Territori**, **Stefano Barrese**, mentre al momento non compare Francesco Marrara (l'assenza del fondatore di Itb, è temporanea e legata a motivi personali, e da parte della nuova proprietà c'è la volontà al suo rientro di integrarlo nella carica di ad). Fondata nel 2008, Itb oggi è la prima banca online in Italia, capace di generare un utile netto di 8,5 milioni nel 2015 (su 38 milioni di ricavi) grazie a un'incidenza pari al 95% della componente commissionale per lo più generata dai servizi di pagamento e incasso - multe, bollettini, ricariche, ticketing, voucher Inps - effettuati attraverso una piattaforma informatica sviluppata e posseduta da Itb. Nei piani di **Intesa** c'è la volontà di potenziare questo versante; intanto la nuova capogruppo proporrà ai tabaccai di riservare parte della superficie commerciale al-

l'offerta di propri prodotti bancari. Come? Secondo quanto risulta a *Il Sole*, sul modello delle "smart box" - il piano è insediare all'interno dei punti vendita spazi espositivi con alcuni prodotti bancari light: carte di pagamento, piccoli prestiti personali, conti, polizze auto e capofamiglia, versioni semplificate e pronte per l'uso dei prodotti del gruppo offerti in filiale. Per i tabaccai, l'occasione di allargare l'offerta e i ricavi, tra l'affitto degli spazi e la ricarica degli espositori (come avviene oggi per le sigarette). Per la BdT di Intesa, la possibilità di offrirsi a 25 milioni di potenziali clienti e allargare la rete di 22mila punti vendita (che si aggiungeranno alle 3.500 filiali e i 7mila bancomat). Certo, in tabaccheria non si potranno fare investimenti, ma prodotti più semplici, di instant banking come i bonifici; il cliente inoltre potrà acquistare il cofanetto a cui è interessato, si registrerà attraverso la piattaforma di Itb e per l'attivazione contatterà la filiale digitale di **Intesa**. Non a caso, i prodotti saranno a marchio Banca5, uno dei progetti di sviluppo della **Banca dei Territori** che nel piano d'impresa 2014-17 puntava a raddoppiare l'estrazione di valore dai 5 milioni di clienti con cui **Intesa** aveva una relazione poco sviluppata: un conto, una carta, al massimo una polizza. Nel 2013 mediamente questi clienti generavano ricavi per 70 euro a testa, oggi siamo a 120 e l'obiettivo è di approdare a 140 in 12 mesi. Lo sbarco nelle tabaccherie, da primavera esisvilupperà per tutto il 2017, consentirà di ampliare la base clienti, in fasce di popolazione, ad esempio giovani e immigrati.

 @marcoferrando77

© RIPRODUZIONE RISERVATA

