

ECONOMIA

**IL PUNTO**

Le principali strategie operative Banco Bpm diventerà sempre più digitale e omnicanale, rafforzerà la componente core business trainata proprio dalla trasformazione digitale e dalle occasioni insite nella ripresa economica e nel Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, valorizzerà la componente di bancassurance alla luce della rinegoziazione delle partnership con Cattolica e Covéa

BANCHE - 1 Il piano industriale, presentato ieri, ha ottenuto l'ok del mercato

Il Banco Bpm vuole superare 1 miliardo di utile entro il 2024

Molto buoni i numeri dei primi 9 mesi del 2021, con utile netto a 472 milioni in crescita del +79,8% sul 2020, e utile rettificato a 565 milioni

di **Andrea Bagatta**

■ Banco Bpm punta a superare 1 miliardo di euro di utile nel 2024, con una redditività al 9 per cento e una quota del 40 per cento cumulata destinata a dividendo nell'arco dei prossimi tre anni. È stato presentato ieri il nuovo piano industriale di Banco Bpm 2021-2024 approvato la sera precedente dal Cda. Il piano è stato molto apprezzato dal mercato che ha premiato Banco Bpm con la miglior performance borsistica di giornata sul Ftse Mib (+5,03 per cento), trainata anche dai risultati del terzo trimestre superiori alle attese degli analisti.

Il piano industriale si fonda su tre pilastri. Banco Bpm diventerà sempre più digitale e omnicanale, rafforzerà la componente core business trainata proprio dalla trasformazione digitale e dalle occasioni insite nella ripresa economica e nel Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, valorizzerà la componente di bancassurance alla luce della rinegoziazione delle partnership con Cattolica e Covéa. A questi pilastri si sommerà l'effetto positivo innescato da due operazioni già avviate, da una parte la diminuzione dei costi dopo il recente accordo sul fondo esuberanti (1600 uscite programmate, con l'ingresso di 800 nuove risorse per ricambio generazionale) e sulla razionalizzazione della rete di filiali, dall'altra la normalizzazione del costo del rischio (previsto in discesa



da 122 a 48 punti base).

Sul fronte operativo, la maggiore attenzione va alla digitalizzazione. Gli sforzi profusi finora hanno consentito di ridurre del 36 per cento il numero di filiali (da 2mila 246 a 1.429) con la diminuzione del 50 per cento delle posizioni di cassa (da 4mila 982 a 2mila 423, e una crescita di operatività su canali remoti, e sul canale mobile in particolare. Il nuovo modello di servizio digitale spingerà la crescita della clientela sul digitale migliorando la customer experience con nuove attività di smart assistance e con l'adozione della digital identity su oltre il 90 per cento dei clienti. Le postazioni di cassa saranno ridotte di ulteriore 34 per cento a 1.600 con l'evoluzione del Customer Center e



In alto un momento della presentazione del piano industriale e qui sopra l'ad Giuseppe Castagna

200 risorse che entro il 2024 venderanno prodotti e servizi a distanza. Prevista un'ulteriore riduzione di filiali a circa 1.300 (-130). Il piano è «ambizioso ma fattibile» e costruito in ottica stand alone: nessuna novità sul fronte delle acquisizioni o fusione, con Banco Bpm che sembra sfilarsi per ora dal risiko bancario.

Molto buoni i numeri dei primi nove mesi dell'anno, con utile netto a 472 milioni in crescita del +79,8 per cento sul 2020, e utile rettificato a 565 milioni. La gestione operativa cresce del +20,8 per cento a 1,53 miliardi, con ricavi a +10,5 per cento per 3,42 miliardi totali. Nel terzo trimestre l'utile è stato di 110,7 milioni di euro, sopra il consenso di 74 milioni. ■

©RIPRODUZIONE RISERVATA

ACQUISTI ONLINE

Buoni digitali e gift card: Zucchetti cresce nel settore

■ Zucchetti rafforza la sua posizione nel mercato in forte espansione di gift card e buoni digitali. La società Amilon, del gruppo Zucchetti, ha acquisito la maggioranza di Amazing, società di Modena proprietaria di Spiiky, un'applicazione che consente agli utenti di risparmiare sugli acquisti e alle aziende di dare visibilità ai propri prodotti e servizi attraverso un sistema promozionale senza costi fissi. Attraverso un aumento di capitale sottoscritto da Amilon, quest'ultima è salita al 51% del capitale di Amazing. Con questa operazione, Amilon completa la propria offerta e soprattutto si posiziona come interlocutore per small merchant e consumatore finale, andando a creare notevoli sinergie con la società controllata. Subito dopo l'acquisizione è stata lanciata la nuova versione della app Spiiky, rivisitata interamente nella grafica e nell'usabilità e arricchita di nuovi contenuti, e così potenziata pronta per arrivare su tutto il territorio nazionale, anche grazie alla forza e conoscenza da parte di Amilon e del Gruppo Zucchetti dei principali merchant retailer italiani. Il cuore pulsante è un wallet digitale che contiene coupon e offerte per il consumatore e che consente di risparmiare negli acquisti, oltre a custodire le card dell'utente, carte fedeltà digitalizzate e gift card, alle quali può accedere con regali o premi ricevuti, ma anche con i programmi di welfare e benefit aziendali. Inoltre, la nuova app Spiiky sarà anche uno shop elettronico di gift card e punto di riferimento e tracciatura di ogni acquisto online dell'utente. ■

BANCHE - 2 Dopo San Zenone e San Giuliano si aggiunge un altro tassello nel processo di espansione dell'istituto lodigiano

La Bcc Laudense cresce ancora nel Sudmilano: lunedì operativo il nuovo sportello di Opera

■ Bcc Laudense cresce nel Sudmilano. Dopo San Zenone al Lambro e San Giuliano, avviata un anno e mezzo fa, apre lunedì mattina lo sportello di Opera, in via Diaz al civico 2. Con questa operazione Bcc Laudense si avvicina e può operare sulla piazza di Milano. La filiale sarà inaugurata ufficialmente venerdì prossimo alle 10,30 alla presenza delle autorità cittadine. Il nuovo sportello di Opera è im-

prontato alla filosofia con cui Bcc Laudense ha approcciato con successo la piazza di San Giuliano a partire da febbraio 2020. «A Opera portiamo le nostre competenze e il nostro stile, che è quello di mettere sempre al primo posto la relazione con i soci e con i clienti - dice il direttore generale di Bcc Laudense Fabrizio Periti - Ci arriviamo con oltre 100 anni di storia, garanzia di un vero modello di

cooperazione in cui fare profitto non è mai disgiunto dal mettere al centro la persona». La nuova filiale, guidata da Waider Castelli, professionista di lungo corso nel mondo del credito cooperativo, si compone di diversi spazi dedicati alle consulenze, con isole pensate per l'accoglienza del cliente seduto di fronte all'operatore, ed è dotata di strutture per la custodia valori e di sportello Atm Ban-

comat con cassa continua. «Banca di Credito Cooperativo Laudense opera con la filosofia dei piccoli passi e della prudenza, per essere sempre più vicina al territorio e ai nostri soci e clienti - commenta il presidente Alberto Bertoli -. È la stessa politica che negli ultimi 20 anni, nonostante la crisi del 2008 e la pandemia, ha permesso alla Bcc di chiudere ogni stagione in attivo e di distribuire ogni anno, già dal 2007, un adeguato dividendo ai soci. Con l'apertura dello sportello di Opera facciamo un altro passo, che peraltro ci avvicina e permette di essere attivi anche sulla piazza di Milano». ■