

Banca Ifis positiva sulle sofferenze: «Non c'è stato il crollo dei prezzi»

L'istituto ha presentato il nuovo logo: «Nella semestrale ci sarà un utile visibile»

di EMANUELA MEUCCI

■ La crisi c'è, soprattutto nel commercio. Ma i vertici di Banca Ifis - il vice presidente **Ernesto Fürstenberg Fassio** e l'ad **Luciano Colombini** - sono ottimisti per la ripresa. L'occasione per fare il punto dopo il lockdown è arrivata ieri, durante la presentazione del nuovo logo dell'istituto: per la prima volta in Italia, alla veste grafica rinnovata si accompagna anche un «sound brand», ovvero una composizione musicale creata ad hoc e validata da test neuroscientifici. «La nuova immagine di Banca Ifis», ha spiegato **Fürstenberg Fassio** (che a maggio ha ricevuto dal padre **Sebastien Egon Furstenberg** in nuda proprietà il 51% delle quote della Scogliera, società che ha il controllo assoluto della banca), «è stata concepita nel solco della lunga storia familiare, con al tempo stesso uno spiccato Dna innovativo. Il nuovo marchio, infatti, è molto più di un logo: esprime in modo chiaro e visibile quello che siamo, il modo in cui facciamo il nostro lavoro, parliamo tra di noi, con i dipendenti e con i nostri clienti e fornitori. Comunica internamente ed esternamente i valori della banca e sarà coerente in ogni singola manifestazione». In particolare, il logo è un «digital bloom» ispirato a un fiore con quattro petali colorati, ognuno dei quali esprime un valore fondamentale: integrità, trasparenza, eccellenza e competenza. Al centro, il cuore del fiore indica le persone, nucleo della banca.

Il nuovo logo sarà accompagnato da una campagna pubblicitaria (con lo slogan «Il valore di crescere insieme») e da un portale online che rappresenterà l'unico punto di accesso all'ecosistema digitale (www.bancaifis.it), a cui si affiancheranno sei siti specializzati su tematiche verticali.

«Siamo tra le banche migliori per patrimonializzazione in Italia», ha detto **Fürstenberg Fassio** parlando delle

prospettive per il futuro, «Noi siamo azionisti di lungo periodo e la nostra priorità è il business. Abbiamo una liquidità importante e un Ceti (*il common tier equity ratio, il maggiore indice di solidità, ndr*) sopra l'11%. Abbiamo fatto un grande lavoro per posizionare bene la nostra banca e affrontare le sfide future». Il punto di forza dell'istituto, ha aggiunto, «è sostenere le piccole e medie imprese e stiamo lavorando anche per nuovi prodotti. C'è un ottimo lavoro anche sul fronte degli Npl (*crediti deteriorati, ndr*)».

Si è mostrato fiducioso anche l'ad **Colombini**, che ha detto: «Dobbiamo gestire un difficile equilibrio tra tenere vivo il business e non assumere rischi eccessivi. Non credo che il Covid avrà effetti così catastrofici come alcuni temono, ma ci sarà la perdita di posti di lavoro e alcune aziende chiuderanno». A questo proposito, ha parlato di una situazione a macchia di leopardo, con imprese che hanno subito perdite limitate e altre che hanno visto un crollo drammatico del volume d'affari. Al momento non sono previste acquisizioni, dopo quella del 70% di Farbanca a inizio giugno, ma «se ci fossero occasioni straordinarie abbiamo le antenne sensibili per capire se si tratta di opportunità interessanti».

Tiene meglio del previsto il settore degli Npl: «Siamo attivissimi sul mercato, stiamo comprando portafogli e lì la ripresa è un po' più accelerata». **Colombini** ha rivelato che «non stiamo vedendo cali dei prezzi rispetto allo scenario pre Covid, come si poteva temere», soprattutto nei portafogli originati dal credito al consumo, «perché la tipologia di debitori ha sofferto meno la crisi pandemica». Ad agosto, quando verrà presentata la semestrale, **Colombini** è convinto che «sarà presente un utile visibile» e potrebbe arrivare qualche novità sul piano industriale, congelato dopo lo scoppio della pandemia.



VICE PRESIDENTE Ernesto Fürstenberg Fassio

