

Luciano Colombini

# «Solidi e trasparenti E gli Npl ripartono»

L'Ad di Banca Ifis e la doppia sfida del cambiamento  
«Siamo più strutturati, ci vuole il passo del fondista»

**L**

a sfida del cambiamento, vista dal particolare osservatorio di Banca Ifis, restituisce una prospettiva doppia: alle nuove necessità (e alle incognite) imposte dal faticosissimo periodo che stiamo attraversando, si aggiungono i processi già avviati dalla stessa banca per un nuovo posizionamento del brand Ifis sul mercato del credito. «Nella sfida interna, quella che evidentemente possiamo governare meglio - osserva l'amministratore delegato Luciano Colombini, in carica da un anno e mezzo - abbiamo accelerato i processi di digitalizzazione in continuità con il nostro modello di business, come l'acquisizione e gestione di NPL e i servizi alle imprese, e definito nuovi investimenti importanti come l'acquisizione di Farbanca, per consolidare leadership di mercato, nel caso specifico, nei prodotti finanziari per le farmacie».

**Nell'insegna vi chiamate «banca» ma in realtà fate un mestiere molto particolare.**

«E così, siamo un soggetto bancario che fa specie a sé. Il business dei crediti deteriorati, per fare un esempio, è un'attività di natura non strettamente bancaria. Siamo particolari, e la specificità del nostro business ben posizionato in nicchie di mercato profittevoli, unita a una efficiente gestione manageriale, sono la ragione del nostro successo».

**I numeri, in un momento così eccezionalmente singolare, che cosa vi dicono?**

«Abbiamo appena diffuso i risultati relativi ai primi 9 mesi dell'anno, che ci restituisce conti del tutto in linea con le previsioni che avevamo fatto ad agosto. L'utile netto supera i 52 milioni di euro, la posizione patrimoniale si è rafforzata, la raccolta complessiva è in crescita e ha superato i 9 miliardi».

**Dietro queste cifre, qual è il cambiamento intrinseco che Banca Ifis ha affrontato?**

«Abbiamo fatto un deciso passo avanti verso la creazione di un'azienda finanziaria più strutturata e sinergica ma anche più trasparente nella comunicazione con il mercato e tutti i nostri stakeholder. Mi riferisco so-

prattutto al mondo degli Npl, che spesso può risultare complicato da comprendere. Inoltre, quest'anno, abbiamo finalizzato un'attività di re-branding importante e visibile che ci ha riposizionato verso l'esterno, facendoci conoscere a un pubblico più vasto. In sintesi, oggi siamo più organizzati e maggiormente capaci di comunicare ciò che facciamo e i nostri valori aziendali».

**E tutto questo è avvenuto nell'epoca della peggiore pandemia da un secolo a questa parte.**

«Le conseguenze sono state immediate. Tutto il tema della digitalizzazione della banca, che era già nelle nostre corde prima del virus, ha avuto un'accelerazione formidabile. Ma ci sono delle differenze sostanziali tra marzo e oggi: la prima fase della pandemia ha richiesto lo scatto del centometrista, adesso ci vuole il passo del fondo, poiché la convivenza con il virus andrà avanti per un tempo non breve».

**Con quali effetti?**

«Uno su tutti, l'incertezza economica. Le aziende saranno tutelate nella possibilità di continuare a produrre ma, in questo riposizionamento dei consumi, nessuno avrà più tutele nella capacità di poter vendere i prodotti, soprattutto all'estero».

**Questa situazione, per quanto riguarda più direttamente il vostro core business, non potrebbe favorire un aumento dei volumi di Npl?**

«Sì, certo. Abbiamo stimato, a partire dal 2021, con già un primo rimbalzo a fine anno, un aumento dello stock complessivo dei crediti in sofferenza. A differenza soltanto di un anno fa, quando gli Npl sembravano un business ormai maturo. Il tema sul tavolo degli addetti ai lavori, sarà la valorizzazione dei portafogli, non i flussi di vendita: per il 2021 stimiamo circa 34 miliardi di euro di Npl in cessione».

**Il rapporto con la clientela e il territorio come è cambiato?**

«Pur essendo una Banca del tutto particolare, non abbiamo fatto mai mancare la nostra attenzione al territorio di riferimento. Mi riferisco alle aziende in difficoltà, con l'accoglimento, da inizio pandemia, del 95% delle richieste di moratoria, ma anche ai progetti sociali, a cui non abbiamo rinunciato».

**A.Z.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il processo di digitalizzazione della banca era già nelle nostre corde ma ora ha preso un'accelerazione formidabile

## Chi è

### Manager bancario di lunga esperienza Dalle Popolari ai crediti deteriorati

Luciano Colombini, 65 anni, laureato in giurisprudenza, dall'aprile del 2019 è l'amministratore delegato di Banca Ifis, basata a Mestre. Ricopre il medesimo ruolo in Ifis Npl e Ifis Npl Servicing. In precedenza è stato direttore generale in diverse realtà bancarie italiane e, nel 2016, è stato nominato Amministratore delegato del gruppo Banca Finint.

