

'Utile in calo ma soddisfatti per il rialzo dei tassi d'interesse'

Aperta una filiale a Manno e potenziata l'area digitale



Mauro De Stefani, presidente della direzione generale: «Il 2022 è stato un anno complicato»

TI-PRESS

di Giacomo Agosta

Un utile in calo, ma pur sempre il quarto migliore degli ultimi 27 esercizi operativi. È questo il quadro del 2022 di Bps (Suisse), che ha registrato un risultato d'esercizio di 21,15 milioni di franchi (-25% rispetto all'anno precedente) e un utile di 16,4 milioni (-27%). Una flessione che - spiega l'istituto - è principalmente dovuta a valorizzazioni transitorie che saranno riassorbite nell'esercizio 2023. «È stato un anno sicuramente difficile, nel quale abbiamo dovuto fare degli sforzi per metabolizzare i cambiamenti e mantenere gli obiettivi», ha spiegato il presidente della direzione generale di Bps (Suisse) **Mauro De Stefani**. «Il ritorno alla normalità dei tassi d'interesse deciso a giugno dalla Banca nazionale è stata una sorpre-

sa. Ma si tratta di un cambiamento che era atteso e auspicato da lungo tempo, che ha eliminato la distorsione dei tassi negativi». A prendere in contropiede è stata «la velocità del cambiamento, che ha impattato sulla gestione dei flussi finanziari e sull'orientamento commerciale. La situazione è però ora tornata sui binari corretti».

Personale aumentato e pronto a un ricambio generazionale

Un adattamento reso possibile dalla capacità dei dipendenti di «aggiornarsi e rispondere agli stimoli» ha sottolineato De Stefani. Numeri di collaboratori che nel corso dell'ultimo anno è aumentato di 12 unità, arrivando a quota 359. Personale che si appresta anche a vivere un importante ricambio generazionale, con il 10% degli impiegati

che andrà in pensione nel corso dei prossimi 5 anni. «La maggior parte dei nostri dipendenti si trova in Ticino, che insieme all'Engadina è la nostra area di presenza maggiormente consolidata. Siamo una banca che ha nell'attività creditizia, la sua attività principale. Ma non solo, in questo anno indubbiamente complicato abbiamo confermato il nostro modo di lavorare: personalizzazione delle esigenze del cliente e consulenza di retta», ha spiegato **Alberto Donada**, responsabile della Divisione crediti e finanza. «Con il ritorno dei tassi d'interesse positivi ci sarà una riscoperta dei prodotti classici. Vogliamo rilanciare il tema del risparmio. Non tutti vogliono investire, c'è chi cerca di evitare i rischi». La raccolta della clientela è stata positiva in termini di nuovi afflussi. Tuttavia - ha affermato la direzione della banca - in seguito alla flessione delle borse e all'apprezzamento del cambio (per la parte in valuta estera) il dato della raccolta si presenta in diminuzione: 5,4 milioni (-3%). Saliti invece gli impieghi della clientela (+6%) a 5,4 miliardi.

Offerta in continuo aumento, ma lontana dalle criptovalute

E la vicinanza alla clientela è testimoniata anche dall'apertura di una nuova succursale a Manno. «Vogliamo continuare a crescere, sia sul territorio che a livello digitale», ha detto **Paolo Campomano**, responsabile della Divisione logistica di Bps (Suisse). «I clienti chiedono sempre più immediatezza, anche fuori dagli orari d'ufficio». L'istituto dispone ora di 21 presenze operative in Svizzera, distribuite in otto cantoni e nel Principato di Monaco, a cui si aggiungono l'unità virtuale Direct banking e l'ufficio di rappresentanza a Verbier, in Vallese. E l'offerta proposta è in continuo ampliamento anche per quanto riguarda la clientela retail. Sul finire dell'esercizio è stata lanciata la carta Debit Mastercard, con nuove funzionalità anche online. Novità ci sono anche per quanto riguarda la previdenza di terzo pilastro, settore nel quale è stata avviata una collaborazione con una fondazione specializzata. Ma come si colloca Bps (Suisse) rispetto al mondo delle criptovalute, recentemente sbarcato a Lugano? «Non siamo attivi in questo settore e non lo consigliamo ai nostri clienti», ha risposto durante la conferenza stampa **Roberto Mastroianni**, vice presidente della Direzione generale. «Manca ancora una certa conoscenza su questo ambito e, a differenza di come si potrebbe pensare, l'interesse da parte della clientela è decisamente limitato».