

Banca ITB da start up al progetto di ingresso in Borsa

Banca ITB è nata nel 2009 quale espressione del fenomeno dei cosiddetti “istituti di credito specializzati”, vale a dire dedicati ad una specifica categoria di utenti e fatta ad hoc sulla base delle loro esigenze. Come noi gestori sappiamo bene, trovandoci quotidianamente a registrare versamenti effettuati attraverso questo canale, Banca ITB, è la web-bank nata per gestire i servizi di pagamento dei tabaccai, e in questi giorni ha guadagnato l'onore delle cronache (non ultima quella del prestigioso quotidiano della Confindustria, il *Sole 24 Ore*) in ragione dei *rumors* che parlano di un probabile IPO, vale a dire un'offerta al pubblico iniziale (dall'inglese *initial public offering*) dei titoli di una società che intende quotarsi per la prima volta su un mercato regolamentato. Le offerte pubbliche iniziali sono promosse generalmente da un'impresa il cui capitale è posseduto da uno o più imprenditori, o da un ristretto gruppo di azionisti (ad esempio investitori istituzionali o *venture capitalists*), che decide di aprirsi ad un pubblico di investitori più ampio contestualmente alla quotazione in Borsa. E questo sembra proprio essere il caso di ITB, istituto presieduto dall'ex manager di Lottomatica Rosario Bifulco ed espressione di una compagine azionaria articolata, che comprende ovviamente la Fit-Arianna, il fondo lussemburghese Pharos di Toni Rossi, erede ella dinastia Martini&Rossi, Logista, Intesa San Paolo, il fondo di *private equity* Wise Sgr ed Ayperos Technology.

17 MILA AD OGGI I CLIENTI TABACCAI

Quella che sette anni fa era una start-up si è trasformata in un consolidata realtà, il cui recente piano industriale ipotizza un ulteriore ampliamento del proprio raggio d'azione: e proprio alla luce di questo pronosticato percorso di espansione si inserirebbe il “progetto Borsa”. L'ingresso in Piazza Affari rappresenterebbe infatti un modo

per dare il via ad un rimescolamento azionario frutto della volontà di alcuni soci di valorizzare l'investimento fatto in occasione della nascita di ITB. Ad oggi ITB conta oltre 17mila clienti-tabaccai, e i ricavi (che sono originati per il 96% dalle commissioni) sono finora cresciuti costantemente. 30 milioni di euro nel 2014, si ipotizza un tetto di 38 milioni nel 2015. Dopo gli anni iniziali di rosso in bilancio, il cosiddetto *break even point* (vale a dire il punto di pareggio, lo spartiacque economico che indica il volume di fatturato necessario a coprire i costi, superato il quale una azienda inizia a mettere realmente... fieno in cascina) è stato raggiunto nel 2012. I profitti sono stati pari a 3,4 milioni di euro nel 2014 (si stima più del doppio nel 2015), e anche sul versante dell'attivo i 30 milioni del 2009 sono diventati 150 nel 2014. Dopo naturalmente gli uffici postali, ITB è la seconda realtà nazionale in termini di numero di pagamenti effettuati da cittadini: oltre 6 miliardi e mezzo di euro, e inoltre ha finora erogato servizi bancari ai tabaccai per un flusso di due miliardi e mezzo. “Occorre rendersi conto – afferma il Presidente Bifulco, *patron* del gruppo Ayperos Technology – che la tabaccheria è un canale formidabile per i servizi al pubblico: ogni settimana entrano fino a sedici milioni di persone dentro gli esercizi con la ‘T’ esposta all'esterno. Questo fatto comporta potenzialità enormi, soprattutto considerando il fatto che ITB serve piccoli imprenditori, i tabaccai, che vantano volumi d'affari importanti e margini di solvibilità decisamente elevati”. Il piano di sviluppo messo in cantiere dall'amministratore delegato Francesco Marrara mira proprio a sfruttare le potenzialità individuate da Bifulco e finora rimaste parzialmente inesprese. Sostiene Marrara: “Quattro sono i cardini del progetto in cantiere: in primis la volontà dell'istituto di concentrarsi sulle tabaccherie; la volontà di proporre alla clientela così individuata nuovi prodotti e servizi che rendano la Rivendita un luogo centrale; lo sviluppo di prodotti di bancari, assicurazione e mutui.