

Italia Oggi

15 marzo 2007

Co-marketing tra la banca e la società di servizi

Barclays si gioca la carta Key 21

DI GIACOMO GHILARDI

Gli italiani, da un paio di anni, stanno imparando a indebitarsi. Un po' perché lo trovano comodo, un po' per mantenere standard di consumi che, forse, non potrebbero più permettersi. E un buon pol-

so della situazione è dato dal boom delle carte di credito. Quelle vere (e non quelle di debito), cioè che anticipano dei soldi che uno non ha, e gli danno ossigeno per un determinato periodo di tempo. La Barclaycard, emessa da Barclays e Key 21, in 18 mesi di partnership ha già raggiunto i 75 mila pezzi, in una operazione di co-marke-

ting tra istituto finanziario, Barclays, e società di distribuzione di servizi multiutility, Key 21, con 30 negozi sul territorio e una presenza capillare nelle città.

«Il credito al consumo è in una fase di grande crescita», racconta Fabio Regolo, presidente di Key 21, «e gli italiani preferiscono indebitarsi un po' come già avviene nel mondo anglosassone. Noi, da pochi giorni, abbiamo lanciato anche la card Formula 30, sempre con Bar-

clays, senza canone annuo, senza spese di bollo né commissioni sul pagamento dei rifornimenti di benzina o del pedaggio autostradale. E con 30 euro in regalo se nei primi tre mesi usi la card almeno tre volte». In prospettiva, tuttav-

via, gli sportelli di Key 21, che ha due sedi centrali a Milano e Napoli e 30 vetrine con 30-50 venditori ciascuna, dovrebbero diventare dei veri e propri corner finanziari per fornire prestiti personali, prodotti più evoluti, ampliando il portafoglio che finora conta su card con Barclays e UniCredit banca.

Il business di Key 21, che ha chiuso il 2006 con circa 6 milioni di euro di utile, un fatturato di 25 mln su un volume d'affari gestito di 100 mln, non si limita, tuttavia, alla finanza personale. Distribuire servizi multiutility significa, infatti, intesa con Wind per fornire al parco clienti le tariffe telefoniche migliori; con Sky nella tv digitale; con Enel per i servizi energetici. (riproduzione riservata)



Fabio Regolo

