

FRANCESC VERDÚ, CONSELLER DELEGAT DE BANCA MARCH

Text: MIQUEL PAYERAS / Fotos: PERE BOTA

"Reforçam l'aposta amb Balears"

Francesc Verdú (Alcoi, 1955) és el conseller delegat de Banca March. Un humanista al capdavant del banc fundat pel financer Joan March i que avui és immers en un procés d'expansió. D'això, de l'economia balear i d'un poc de cultura, en parla en aquesta entrevista.

Des de fa dos anys Francesc Verdú Pons és conseller delegat de Banca March. L'entitat, amb 140 oficines —24 de les quals a Canàries, una a Barcelona, una Madrid, i una altra a Londres—, ha tancat el 1997 amb 7.850 milions de benefici i una situació ben sanejada, com ho demostra el fet que té quasi un 130% de reserves per afrontar la morositat, enfront del 108% que és la mitjana del sistema bancari espanyol. Dades econòmiques a banda, Banca March és quelcom més que un banc, ja que fa una tasca de patrocini cultural i social, sobretot en l'esport, cada cop més important. El balanç de 1997 n'és una bona mostra: va cedir un veler de regates a l'Escola de Vela de Cala Nova, organitzà —juntament amb la Fundació Joan March— cursos i exposicions de pintura, gestionà una sala d'exposicions, va subvencionar activitats de la Fundació per a la Conservació del Voltor Negre de Balears, va patrocinar equips de futbol base...

Fundada pel mític financer Joan March Ordinas l'1 d'abril de 1926, Banca March ha estat en el passat sinònim de poder. No solament econòmic, ans també polític. Una llegenda o història que els actuals directius, des que porten el timó, volen eradicar completament.

—Aquest edifici, la seu de la Banca March, ha estat durant anys l'emblema del poder real a Balears, tant econòmic com polític.

—Som un referent econòmic important, això crec que és veritat. Si entenem poder com quelcom més

del que feim i que mostrem i deim amb absoluta transparència, doncs no ho és. Si parlem de poder obscurantista i coses així, no ho som ni ho volem ser. El referent que volem ser és el de la competitivitat, d'ajudar a emprendre iniciatives, d'ajudar la societat balear... si això vol dir poder, aleshores aquest edifici volem que sigui un referent. Però si poder vol dir maquinació, no ens agrada i no ho volem ésser de cap manera.

—Vostès han posat en marxa un pla estratègic que està canviant el banc.

—La línia més important és que el banc ha de ser regional i fer una aposta clara per a Balears. Tradicionalment havia estat més especialitzat en les empreses i el que hem fet és reorganitzar-lo per fer-lo un banc universal: obrir més oficines, reformar-ne les existents, donar més productes, posar més caixers, cuidar al màxim la formació i especialització continuada del personal, escoltar els clients... en resum, servir millor.

—Amb una imatge diferent.

—Nosaltres som, sobretot, una empresa de serveis que interacciona amb la societat. Per això no ens limitam a oferir uns productes com a Banc també actuem dins aquest

ta societat patrocinant tot d'activitats culturals, esportives...

—Amb una presència progressiva del català, cosa que trenca amb la imatge d'anys anteriors.

—Sí, precisament pel que li deia abans: hem de seguir l'evolució que fa la nostra societat i en la qüestió de l'idioma no seríem un banc regional ni

"El nostre referent és el de la competitivitat, d'ajudar a emprendre iniciatives, d'ajudar la societat balear. Si això vol dir poder... Però si poder vol dir maquinació, ni ens agrada ni ho volem..."



Una part de l'equip directiu de Banca March. D'esquerra a dreta, José Ignacio Benjumea, secretari general, Juan José Castillo, director de banca al detall i de col·lectius, Francesc Verdú, conseller delegat, i Jaume Bellido, director de relacions institucional i d'imatge corporativa.

acostat a la societat si no ho fésim així. Per això a poc a poc anem introduint serveis en català a mesura que adaptam la tecnologia i que ens ho demanen els nostres clients.

—*Si jutjam pels resultats presentats sembla que els surt molt bé, el pla estratègic que dissenyaren*

—Sí, però vull dir que tot el que fa el banc —i que feim molt millor que els nostres competidors d'aquí i de fora— ens permet d'aconseguir un projecte autònom, de futur... Això és un repte difícil i molt atractiu que és impossible que ho faci una persona o un equip de persones soles. No seria just que jo digués que si les coses ens van bé ara és perquè hi ha algú que ha tengut una visió i ha fet un pla estratègic... el banc va bé perquè la gent, tots, apostam per un projecte que és de tothom. No seria just no dir-ho, i no ho dic per quedar bé, sinó perquè és la veritat.

—*Es correcte considerar que la Banca March, tot i haver nascut a Mallorca, n'ha estat allunyada i ara d'alguna manera retorna a implicar-se més en la terra que la va veure néixer?*

—La Banca March sempre ha estat un banc d'aquí. De fet, de les coses que m'han sorprès és que la majoria dels nostres clients han tengut una relació històrica amb el banc. Si vols, és cert ara reforçam aquesta aposta amb la societat balear, tot i ser dins un grup, el Grup March i dins la Corporació Alba, que té responsabilitats aquí i a fora.

—*Per què l'expansió cap a Canàries?*

—Hi tenim 24 oficines. Per què? No tendria sentit anar a altres llocs a competir amb altres entitats. Quin avantatge té la Banca March sobre els grans

bancs? Doncs que sabem molt sobre el que necessiten els nous residents, els comerços... és a dir tot el que envolta el turisme. Tot això ens dóna una experiència molt important a l'hora d'anar a obrir oficines allà on pots oferir quelcom diferent als altres i ser, per tant, competitiu. Del negoci turístic, nosaltres en sabem molt.

—*Es com una paradoxa que Banca March exporti coneixement financer sobre turisme quan en els seus inicis el fundador, Joan March, no creia gens en el turisme.*

—Òbviament això demostra la capacitat d'adaptació. El turisme d'aquells temps no té res a veure amb l'actual. Avui el turisme és la medul·la, amb més del 80% del PIB, de l'economia balear. La Banca March ja fa molts anys que aposta pel turisme. De fet, entre els nostres clients s'hi troben bona part dels empresaris turístics. Paradoxal? Jo diria que és una adaptació als temps que corren. En

aquells temps era molt més vital per a l'economia balear finançar el ferrocarril, la llum i altres serveis bàsics. Ara la medul·la és el turisme i un banc que vulgui ser d'aquí ha d'apostar per aquest sector.

—*Apostar tan decididament per la monocultura turística no implica un perill?*

—Quan una economia està basada en una monocultura, sempre corre algun risc, és clar. No obstant això, jo crec que els riscos que avui es puguin córrer són molt inferiors als de fa només deu o quinze anys.

—*Per què?*

—Perquè el negoci turístic balear està molt ben preparat, és molt competitiu. Què ens poden fer mal altres països en un futur, com els del Magrib? Potser sí, però si avui hi ha en el món una empresa competitiva en l'economia turística,

aquesta és la balear. Per altra banda avui dia el turisme, si més no a Europa, no és ja un luxe, sinó una necessitat. Molts europeus s'estimen més renunciar a altres coses abans que a les seves vacances.

—*Què li sembla el decret Matas sobre la moratòria de places hoteleres?*

—En principi, tot el que sigui ajudar a canviar places velles per places de nova creació, més actuals, més competitives, és bo i defensable des de tot punt de vista. Sobre el decret concret, que és temporal, com diu l'exposició de motius, s'hauria d'aprofitar perquè tots els interlocutors: empresaris, administració... es posassin d'acord per a convertir-lo en definitiu. És molt difícil aturar el progrés i el dinamisme que existeix en aquest sector, tot i que és cert que convé que hi hagi un cert ordre.

“No seria just que digués que si les coses ens van bé ara és perquè hi ha algú que ha tengut una visió i ha fet un pla estratègic.... el banc va bé perquè la gent, tots, apostam per un projecte que és de tothom...”

El decret té una bona intenció, però li falta convertir-se en permanent i que sigui fruit de l'acord entre els agents implicats, perquè si no les actuals excepcions que es preveuen acabarien invalidant el mateix objectiu del decret.

—*En aquesta economia turística, on queden els altres sectors?*

—Hem de diferenciar. Hi ha tota una sèrie d'activitats relacionades amb el turisme que després d'haver-se fet i format aquí, com puguin ser instal·ladors elèctrics, fusters, etcètera, avui els pots trobar treballant en qualsevol lloc del món on comenci a despuntar la indústria hotelera... Després, també n'hi ha que, com el calçat, tot i ser petit, té un gran valor afegit i les marques de Balears aposten avui per fer una sabata de bon disseny i qualitat que els dona un lloc dins el mercat nacional i internacional.

—*I la pagesia, que sembla desaparèixer a marxes forçades, no és això una pèrdua cultural?*

—Encara anirà a menys. Ara, després hi ha l'altra consideració a

fer, que és que aquesta transformació que ha sofert l'economia mallorquina i balear en tan poc temps ha provocat un canvi cultural brutal. S'ha d'arribar a un equilibri entre l'imparable desenvolupament econòmic i la necessària preservació dels valors històrics, culturals, paisatgístics, ecològics... El contrari, almenys per a mi, seria molt preocupant.

—*El comerç tradicional també sembla en crisi, per culpa de l'arribada de grans superfícies, sistemes de franquícia...*

—És un procés que cada cop serà més intens. Als Estats Units el sistema de franquícia suma més del 50% de les vendes al detall. A Europa representarà un 30% o un 40% i a Espanya a tot estirar hem arribat al 10%. És un procés imparable. Al comerç petit no li queda més remei que anar-se fent cada cop més competitiu, a través de l'especialització, del tracte personalitzat amb el client, de cercar un sis-



—**No és molt habitual trobar-se amb un conseller delegat d'un banc que, com vostè, ha participat amb un poema en una mostra d'obra del pintor Jim Byrd.**

—**No..., bé, no hi vaig participar exactament... el que passa és que jo vaig estar a prop de Jim Byrd, que és una excel·lent persona... i com que i tenc amistat i m'ho demanà, doncs, per això, per amistat, hi vaig participar amb un poema bastant mediocre. Únicament era una manera de demostrar-li el meu afecte i la meva amistat.**

lista, només un afeccionat. Com veig el panorama? En pintura crec que és bo i que en un futur no molt llunyà tindrèm agradables sorpreses perquè hi ha una generació de joves pintors de molta vàlua. D'escultors no en veig tants... bé, probablement és que no els conec. De ceramistes n'he vist un parell que semblen portar un bon projecte. En general, jo diria que es viu un bon moment, amb molta activitat, fruit del mestissatge cultural lògic en un lloc en permanent contacte amb tot Europa i que, alhora, no perd les arrels. Això sempre és un factor de progrés.

—*I la literatura?*

—Mallorca és petita i lògicament el referent en castellà és Madrid i en català, Barcelona. De tota manera veig que hi ha una generació de joves escriptors que em fan ser optimista... però jo no ho conec tot...

tema d'associació com la franquícia o, com es fa també ara mateix, en cadenes de compres, o de vendes amb una marca comercial comuna... Són sistemes de renovació d'un sector en plena transformació. Aquelles botigues que sàpiguen renovar-se, professionalitzar-se i sobretot tenir una cura especial amb el client, personalitzant la relació, crec que tenen tot el futur del món.

—*Dins del patronatge cultural de la Banca March destaca l'acord per equipar l'Arxiu del Regne de Mallorca*

—L'Arxiu és un dels més importants i fa mal de veure el mal estat d'alguns fons. És una llàstima perquè és la nostra història, la història de la Corona d'Aragó. El que hem fet nosaltres, juntament amb la Fundació Joan March, és patrocinar l'adquisició de tecnologia que permeti la conservació d'aquest important fons.

—*Tenc entès que vostè és un especialista en art, un àmbit que a Mallorca és molt dinàmic. Com veu aquest món a l'illa?*

—No som un especia-

