

BT Leasing

30 de ani de stabilitate și încredere pe piața financiară din România

La începutul anilor '90, leasingul era o noțiune complet nouă pentru majoritatea românilor. Oamenii îl priveau cu neîncredere și companiile, cu reticență, întrucât nu exista o legislație clară în domeniu, inflația era ridicată, iar riscurile economice – mari. Cu toate acestea, BT Leasing nu a ezitat să își asume misiunea de a face pionierat în educația financiară și să dezvolte soluții de finanțare adaptate nevoilor reale ale pieței locale. A fost un efort care și-a arătat roadele în timp și care continuă și azi cu și mai multă forță.

În 30 de ani de activitate, BT Leasing a finanțat zeci de mii de proiecte și a sprijinit mii de antreprenori să își dezvolte afacerile, printr-o strategie consecventă bazată pe inovație și dezvolta-

rea de relații durabile, care i-au permis să devină un reper de stabilitate într-un sector marcat de schimbări rapide.

Astăzi, BT Leasing se poziționează printre liderii pieței din România, cu un portofoliu divers și o viziune orientată spre viitor. Un lider matur, care nu uită că principalul capital câștigat în cele trei decenii este încrederea clienților și a partenerilor. Și, nu în ultimul rând, a echipei cu ajutorul căreia duce mai departe misiunea de a transforma leasingul într-un model sustenabil de

creștere economică, capabil să accelereze dezvoltarea antreprenoriatului românesc.

30 de ani înseamnă mai mult decât o bornă cronologică, sunt o poveste despre curaj, perseverență și viziune, care reprezintă adevărata forță a BT Leasing.



O poveste care începe cu o echipă de trei oameni

În ultimele trei decenii și jumătate, piața serviciilor de leasing din țara noastră a cunoscut o transformare continuă, în pas cu evoluția societății și economiei românești. De la anii '90, marcați de tranziția economică prelungită, când serviciile de acest tip reprezentau o noutate absolută pentru marea majoritate a companiilor autohtone, la prima decadă a anilor 2000, când aderarea și integrarea României în Uniunea Europeană au impulsionat dezvoltarea infrastructurii financiare și alinierea ei la standardele internaționale, sectorul de leasing s-a dezvoltat constant. În prezent, piața locală parcurge o etapă de maturizare și consolidare, marcată de digitalizare accelerată, inovație și diversificare rapidă a ofertei, pentru a răspunde cerințelor unui spectru tot mai larg și mai exigent de clienți, pentru care leasingul a devenit un pilon important al finanțării investițiilor din diverse sectoare.

„Piața de leasing a evoluat spectaculos – de la un serviciu complet nou în anii '90, la o componentă esențială a finanțării economiei reale. În 1995, leasingul era un concept aproape necunoscut în România. Economia abia se reconfigura, antreprenorii nu aveau acces la finanțări, iar legislația abia se contura. Noi am început într-o echipă de trei oameni, cu mult entuziasm și cu rol de pionierat: explicam ce înseamnă leasing, cum funcționează un contract și de ce poate fi o alternativă la credit”, explică Ionuț Morar, CEO-ul BT Leasing.

„A trebuit să construim în același timp și piața, și încrederea”

Ca orice domeniu aflat la început, chiar dacă pe alte piețe atinsese un nivel avansat de dezvoltare și maturitate, leasingul a avut de depășit în România o serie de obstacole semnificative, care țineau atât de cadrul legislativ, cât și nivelurile scăzute de educație financiară și de încredere ale pieței. În anii '90, creditarea era încă privită cu scepticism și reticență, atât de către clienții persoane fizice, cât și de companii. „Provocările principale erau lipsa unei legislații clare, inflația ridicată, lipsa culturii de creditare și riscurile economice mari. A trebuit să construim în același timp și piața, și încrederea”, rememorează Ionuț Morar perioada începuturilor.

Au existat însă și o serie de avantaje care au înlesnit acest demers, susține interlocutorul nostru. De exemplu, în perioada respectivă, leasingul beneficia de unele facilități fiscale – plata taxelor vamale se făcea la sfârșitul contractului la valoarea reziduală a bunului, făcând produsul mai atractiv pentru antreprenori. Nu era mult, dar a reprezentat un sprijin pentru dezvoltarea unei piețe aflate încă la început.

Provocările au evoluat

Eforturile constante au dat rezultate în timp și sunt vizi-

”

În 30 de ani, am trecut prin mai multe cicluri economice, crize, schimbări legislative și transformări tehnologice.”

bile în nivelul actual de dezvoltare al pieței serviciilor de leasing din România. Dar, deși lucrurile au evoluat semnificativ în bine, unele provocări nu au dispărut complet, ci s-au transformat, adaptându-se și ele vremurilor. „De exemplu, astăzi, nu mai vorbim de lipsa cadrului legislativ, ci de complexitatea lui. Nu ne mai confruntăm cu neîncrederea în leasing, ci cu așteptări tot mai mari, digitalizare, conformitate, ESG (Environmental, Social, and Governance - n.r.) și reglementări europene”, afirmă CEO-ul BT Leasing.

Este o evoluție naturală, pe care compania o abordează activ prin menținerea strategiei bazate pe adaptare, inovație și responsabilitate, care i-a permis accederea la statutul de lider pe piața serviciilor de leasing din România.



Momentul-cheie din istoria BT Leasing

În prezent unul dintre cei mai longevivi jucători din piața locală. Parcursul său a fost marcat de o serie de etape definitorii, ale căror efecte se propagă și amplifică în timp.

Astfel, după anii de început, 1995-2000, dedicați formării echipei și dezvoltării ofertei, a urmat în 2000 intrarea în Grupul Banca Transilvania, „momentul care ne-a oferit stabilitate, capital și acces la cea mai mare rețea de clienți corporate și IMM din România”, după cum subliniază Ionuț Morar.

La scurt timp însă a survenit criza financiară din 2008-2009, care a impactat din plin economia mondială, iar România nu a făcut excepție. În contextul economic dificil, compania a ales prudența și controlul riscului în locul creșterii cu orice preț. O decizie corectă, confirmată de creșterea înregistrată. Dar și de parteneriatele încheiate cu instituții financiare de prestigiu, precum Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare, International Finance Corporation – membră a Băncii Mondiale – sau Fondul european pentru Europa de Sud-Est (EFSE), parteneriate care au consolidat imaginea și capitalul de încredere internațională de care se bucură BT Leasing în prezent.

„Am construit relații pe termen lung, nu doar contracte”

A urmat apoi etapa digitalizării accelerate – marcată de introducerea semnăturii electronice, a fluxurilor rapide de aprobare și a produsului de leasing rapid (PLR) –, care se prelungește până în prezent prin lansarea de noi produse. Și asta deoarece strategia de transformare digitală a BT Leasing urmărește nu doar adaptarea la noile modele de consum și interacțiune, ci vine în întâmpinarea lor, prin inovare continuă. Un exemplu relevant în acest sens a fost lansarea în 2018 a platformei digitale BT My Leasing, care „a adus leasingul la un click distanță”.

Din cronologia momentelor importante nu lipsesc nici achizițiile și integrările, prin care compania și-a consolidat poziția pe piață și și-a dublat portofoliul de clienți, o strategie care completează creșterea organică a companiei. Sunt rezultate care au permis ca, în 2019, BT Leasing să devină prima companie de profil din România care a emis obligațiuni pe Bursa de Valori București, în valoare de 40 milioane de euro.

„În 30 de ani, am trecut prin mai multe cicluri economice, crize, schimbări legislative și transformări tehnologice. Secretul longevității noastre a fost combinația dintre grija pentru client, prudența financiară și capacitatea de a ne adapta rapid. Am rămas aproape de antreprenorii români, de dealerii auto

”

Secretul longevității noastre a fost combinația dintre grija pentru client, prudența financiară și capacitatea de a ne adapta rapid.”

sau furnizorii de echipamente, cu care am construit relații pe termen lung, nu doar contracte”, afirmă CEO-ul companiei.

Achiziții strategice în ritm rapid

Un rol important în dezvoltarea accelerată a BT Leasing din ultimii ani l-au avut achizițiile și fuziunile realizate de către companie. „Suntem o companie românească, care a crescut organic de la an la an, dar și prin achiziții strategice. De-a lungul timpului am

integrat cinci companii de leasing, BT Medical Leasing, ERB Leasing, Țiriac Leasing, Avant Leasing și OTP Leasing”, detaliază Ionuț Morar.

Rezultatele se văd – conform datelor Asociației de Leasing și Credit de Consum din România, cota de piață a BT Leasing este la nivelul anului 2025 de aproximativ 26%, ceea ce o poziționează în topul companiilor din acest sector din țara noastră. Valoarea actuală a portofoliului în sold depășește 6 miliarde de lei, dar mai important este numărul de clienți activi pe care compania îi susține în planurile lor investiționale, care se apropie de 45.000, un salt uriaș de la cele câteva sute, cât se înregistra în primii ani de activitate.

Potrivit datelor BT Leasing, rata anuală de creștere a fost constantă, iar structura este echilibrată între companii – IMM și sectorul corporat –, persoanele fizice având o cotă marginală în portofoliu, întrucât proprietatea asupra bunului reprezintă un element important pentru consumatori. Cu toate acestea, Ionuț Morar apreciază că, în viitor, odată cu schimbarea obiceiurilor de consum, din ce în ce mai multe persoane fizice vor apela la leasing pentru achiziția unei mașini, la fel cum se întâmplă în țările din Vestul Europei.

„În fiecare an am înregistrat o creștere de două cifre, susținută de investițiile în tehnologie, de extinderea distribuției și de colaborarea cu rețeaua Băncii Transilvania. În ultimii doi ani, creșterea portofoliului în sold a fost accelerată, pe fondul integrării celor trei companii de leasing achiziționate de Grupul Financiar Banca Transilvania – Țiriac Leasing, Ideea::Leasing și OTP Leasing, ceea ce ne-a consolidat poziția de lider pe piața leasingului financiar din România”, explică interlocutorul nostru.

Creșterea organică, o prioritate constantă

Ritmul a fost unul rapid: în 2018 a avut loc finalizarea achiziției ERB Leasing, urmată patru ani mai târziu de Ideea::Leasing. În 2023, fuziunea cu Țiriac Leasing, iar anul trecut preluarea portofoliului Avant Leasing și fuzionarea cu OTP Leasing, în contextul achiziției OTP Bank România de către Banca Transilvania.

„Achizițiile au accelerat extinderea noastră, ne-au adus portofolii noi de clienți, echipe valoroase și know-how, iar în acest context, în strategia noastră de dezvoltare, vom ana-

liza cu atenție orice oportunitate ar apărea în viitor”, afirmă Ionuț Morar.

Evoluția pe plus a companiei este susținută puternic însă și prin creșterea organică pe care aceasta o înregistrează în mod constant. „În fiecare an ne bugetăm creșteri de două cifre, bazându-ne pe parteneriatele cu dealerii auto și pe cross-sell-ul cu Banca Transilvania. Avem un focus din ce în ce mai mare pe eficiența proceselor operaționale și digitalizare, vrem să ne dezvoltăm gama de produse rapide de finanțare, dar și să asigurăm servicii adiacente legate de mentenanță auto și de asigurări, pe care să le promovăm prin echipele noastre comerciale la nivel național”, dezvăluie planurile de viitor CEO-ul companiei.

Când 1+1+1+1 fac 5

Deși, din exterior, achizițiile par o metodă rapidă și facilă de creștere a cotei de piață și a numărului de clienți, lucrurile nu stau deloc așa.

Pentru a aduce cu adevărat plusvaloare este necesar un efort susținut pe partea de integrare a companiilor preluate, explică Morar: „Integrarea presupune mult mai mult decât transferul de portofolii – înseamnă armonizarea proceselor, a culturii organizaționale, a sistemelor IT și a modului de lucru cu clienții. Este un proces complex, dar experiența anterioară ne-a ajutat să îl gestionăm structurat: echipe mixte, planuri clare, comunicare transparentă și respect față de oamenii din compania preluată.”

Potrivit interlocutorului nostru, integrarea echipelor este probabil cea mai sensibilă parte a unei achiziții, pentru că procesele, sistemele IT și procedurile pot fi aliniate într-un interval relativ scurt, dar armonizarea culturilor organizaționale și păstrarea oamenilor valoroși cere timp, dialog și încredere. Este un demers delicat, care necesită experiență, atenție la numeroase detalii și, mai ales, focus pe oameni. „Printr-o comunicare transparentă, respect față de identitatea fiecărei echipe și programe dedicate de integrare, credem că am reușit în mare parte să ne armonizăm. O dovadă în acest sens o reprezintă rezultatele noastre financiare, care, după integrare, sunt mai bune decât suma rezultatelor individuale înainte de integrare. Deci 1+1+1+1 a făcut 5, în cazul nostru”, afirmă CEO-ul BT Leasing.

Echilibru și diversificare, formula succesului BT Leasing

Evoluția ascendentă înregistrată de BT Leasing de-a lungul celor trei decenii de activitate este vizibilă nu doar în creșterea cotei de piață și a numărului de clienți. Acestea sunt un rezultat direct și al diversificării permanente a ofertei de soluții financiare lansate pe piață de către companie, care a pornit de la produse clasice și a ajuns să integreze servicii tot mai inovatoare – precum cel de sale & lease-back –, care joacă roluri-cheie în adresarea unor noi segmente de clienți.

„Portofoliul nostru a pornit de la produse clasice de leasing financiar pentru autoturisme noi și a evoluat către o



gamă completă: autoturisme noi și rulate, vehicule comerciale, transport greu, echipamente, utilaje agricole, echipamente medicale și chiar și imobiliare. Avem și un produs sale & lease-back, prin care asigurăm clienților capital de lucru pe termen lung. Astăzi, avem o structură echilibrată între segmentul auto, vehicule comerciale și echipamente, iar ponderea fiecărui segment s-a ajustat organic, odată cu nevoile pieței și ale clienților”, precizează Ionuț Morar.

În prezent, cel mai căutat serviciu este, în continuare, leasingul pentru autoturisme, pentru că rămâne cea mai rapidă soluție de finanțare de pe piață. „Însă vedem o creștere tot mai puternică a cererii de leasing pentru echipamente și utilaje, mai ales pe segmentul IMM, dar și în sectorul de agribusiness”, subliniază CEO-ul companiei.

Leasingul auto rămâne pe primul loc

Potrivit interlocutorului nostru, leasingul auto rămâne segmentul majoritar în portofoliul BT Leasing atât ca număr de contracte, cât și ca volum finanțat. Ponderea sa este de peste 80% din total, incluzând și autovehiculele comerciale. Cererea vine preponderent din zona companiilor, dar există și persoane fizice în portofoliul de clienți al companiei.

„Chiar dacă segmentul de echipamente crește, cel auto rămâne pilonul principal, datorită parteneriatelor solide cu dealerii și producătorii auto”, afirmă Morar, care mai evidențiază faptul că, în prezent, cererea pentru vehicule full electric s-a mai temperat față de anii trecuți. Principala cauză este reprezentată de reducerea subvențiilor acordate de stat pentru această categorie de autovehicule. Un alt factor este reprezentat de infrastructura stațiilor de încăr-

miliarde de euro, valoarea pieței de leasing în România

care, care este limitată, iar în acest context vehiculele cu motor termic și cele cu tehnologii hibrid, mild sau plug-in, rămân preponderente.

„Însă, în rândul companiilor, se vede o creștere a celor care își fixează obiective de sustenabilitate în strategia de dezvoltare. Și nu neapărat din considerente legislative, ci din grija pentru mediul înconjurător, ceea ce mă face să cred că migrarea spre vehicule «verzi» se va accelera în viitor”, specifică CEO-ul.

Campanii și produse de finanțare dedicate

BT Leasing își consolidează permanent poziția în sectorul leasingului auto atât prin extinderea portofoliului de produse, cât și printr-o strategie dinamică bazată pe campanii periodice sau tematice și parteneriate solide cu producători auto de top. Compania dezvoltă oferte special concepute să susțină investițiile clienților în tehnologii noi și soluții de mobilitate sustenabilă.

„Avem campanii periodice și produse de finanțare dedicate în special sectorului auto, care includ prețuri promoționale sau subvenții pentru investiții în tehnologii și mașini noi”, explică interlocutorul nostru. Un exemplu de dată recentă în acest sens este campania aniversară CelebRide, lansată cu ocazia împlinirii a 30 de ani de la înființarea BT Leasing. Campanie care a fost foarte bine primită de piață, drept dovadă în luna iulie vânzările au crescut cu 50% față de media întregului an.

„De asemenea, avem o campanie la nivel național cu Toyota România, prin care susținem costul cu asigurarea în primele trei luni de contract, iar cu Țiriac Auto colaborăm foarte bine pe produsul de leasing rapid pentru autoturisme. Promovăm și finanțarea vehiculelor full electrice și hibride, având în strategia noastră de dezvoltare obiective de sustenabilitate bine definite”, menționează CEO-ul BT Leasing.

Echipamentele, al doilea motor de creștere

Eforturile constante de dezvoltare și diversificare a serviciilor au făcut ca, în ultimii ani, echipamentele să devină o componentă tot mai importantă în portofoliul BT Leasing.

Iar în acest sens, un rol important l-a avut adaptarea ofertei la nevoile reale ale companiilor active pe piața locală.

„Segmentul de echipamente a devenit, în ultimii ani, al doilea motor de creștere pentru BT Leasing. Finanțăm utilaje industriale, agricole, medicale, tehnologii de producție, iar cererea vine în special din partea companiilor care vor să-și modernizeze capacitățile fără a bloca capital propriu. Atât ca număr de clienți, cât și ca volum, leasingul de echipamente are o dinamică accelerată și își consolidează ponderea în portofoliu”, detaliază Ionuț Morar.

În prezent, principalele industrii pe care BT Leasing le adresează sunt transporturile, construcțiile, agribusiness-ul, sectorul medical, cel de logistică și serviciile. „Creșterea cea mai mare o vedem în agricultură, logistică și producție, datorită investițiilor europene și nevoii de digitalizare”, precizează CEO-ul. Dar lista se extinde constant cu noi domenii, pentru că BT Leasing explorează tot mai mult noi sectoare, precum energia verde, tehnologia sau mobilitatea electrică.

Investițiile trebuie să continue

Este o abordare care respectă strategia de inovare și adaptare a companiei la nevoile actuale ale mediului de business din România. În acest sens, BT Leasing își propune să susțină tranziția companiilor locale către modele sustenabile de afaceri și să ofere soluții de finanțare adaptate atât nevoilor lor, cât și contextului economic actual, care nu este unul dintre cele mai favorabile.

Fapt confirmat și de evoluția investițiilor din ultimele luni – tot mai multe companii aleg să își amâne planurile sau chiar să renunțe la ele, din cauza incertitudinii. Blocarea proiectelor investiționale nu reprezintă însă o opțiune viabilă pe termen lung, mai ales în mediul antreprenorial, unde dezvoltarea nu este doar condiția esențială a succesului, ci și a supraviețuirii economice, cu precădere în România, unde mediul de business este alcătuit în cea mai mare parte din firme mici și mijlocii.

„Vedem o anumită nehotărâre și amânare a unor proiecte investiționale, ca efect al instabilității mediului macroeconomic și geopolitic, inflației și incertitudinilor legislative din România. Însă credem că antreprenorii nu trebuie să se oprească din planurile lor de dezvoltare, trebuie să continue să investească în tehnologii eficiente. Iar noi suntem aici să-i susținem prin politici prudente de creditare, monitorizarea permanentă a portofoliului, adaptarea rapidă a produselor și condițiilor comerciale și, nu în ultimul rând, prin sprijin individual pentru clienții afectați”, afirmă CEO-ul BT Leasing.

În acest sens, educația financiară este esențială, mai ales pentru IMM-uri și antreprenori aflați la început de drum, susține specialistul: „Înțelegerea corectă a contractului de leasing, a costului total de finanțare sau a riscurilor face

diferența între o investiție reușită și una împovăratoare. Noi susținem educația financiară prin webinarii, ghiduri, explicații simple în contracte, prezență în media și prin colaborarea cu Grupul BT, care are numeroase programe de educație antreprenorială și financiară.”

Digitalizarea, infrastructura invizibilă a businessului

Nu doar componenta de educație financiară este importantă, ci și cea de digitalizare, pentru că, așa cum afirmă interlocutorul nostru, clientul de astăzi este informat, orientat spre viteză și predictibilitate, vrea aprobare rapidă, costuri clare, acces online la contracte, opțiuni flexibile de plată.

„Noi am răspuns prin digitalizare, transparență și prin soluții integrate: leasing + asigurare + servicii conexe. Tehnologia a devenit infrastructura invizibilă a businessului. Ne susține de la analiza de risc, până la semnarea digitală a contractului și managementul relației cu clientul”, spune Ionuț Morar.

Pentru a veni în întâmpinarea noilor cerințe, compania a derulat mai multe proiecte-cheie, precum cel de digitalizare a întregului flux de leasing, introducerea semnăturii electronice, automatizarea deciziilor de aprobare, lansarea platformei de tip self-service MyBTLeasing, iar în viitor are în plan integrarea cu ecosistemul digital al Băncii Transilvania.

Dar, deși tehnologia poate contribui foarte mult la eficientizare, CEO-ul companiei consideră că nu poate înlocui complet încrederea, empatia și înțelegerea contextului clientului: „Noi credem într-un model hibrid – digital unde se poate, uman unde contează. Decizia finală, consultanța pentru investiții mari sau situațiile delicate vor avea întotdeauna nevoie de oameni.”

O cultură bazată pe oameni

Este o abordare care se regăsește și în filosofia companiei, conform căreia leasingul nu este doar un simplu produs financiar. „Este vorba mai mult despre consultanță, soluții și

încredere, pentru că relația contractuală este de minim un an, termen stabilit prin legislație. Oamenii sunt cei care stabilesc și mențin relații cu clienții. Prin Academia BT investim constant în training, digital skills, leadership și programe de dezvoltare personală, iar cultura noastră se bazează pe responsabilitate, inițiativă, onestitate și spirit antreprenorial, în linie cu valorile Grupului BT”, spune Ionuț Morar.

Echipa BT Leasing a ajuns în prezent să numere peste 300 de persoane, 80% concentrate în cele două sedii principale, Cluj-Napoca și București, iar restul de 20% în sucursalele BT din România, care asigură acoperirea națională în relația cu clienții. „Însă echipa a crescut nu doar numeric, ci și ca expertiză, prin formare internă, programe de leadership și integrarea colegilor din companiile achiziționate”, subliniază CEO-ul companiei.

Perspective de creștere

Pentru 2025, BT Leasing preconizează continuarea creșterii, atât pe segmentul auto, cât și pe cel de echipamente. Potrivit estimărilor, numărul de clienți și valoarea activelor finanțate vor fi în linie cu bugetul, chiar în creștere ușoară până la sfârșitul anului, iar profitabilitatea va fi susținută de eficiența operațională și controlul riscului.

Este un rezultat care se înscrie în evoluția pieței de leasing din România, care depășește anual va-

cota de piață a BT Leasing, potrivit Asociației de Leasing și Credit de Consum din România

350

de angajați are BT Leasing la nivel național

și agricultură, interesul crescut pentru leasing operațional și soluții de mobilitate flexibilă și, nu în ultimul rând, orientare spre produse verzi și sustenabile (ESG).

Deși se află pe un trend constant ascendent, țara noastră are însă un grad de penetrare a leasingului sub media UE. De exemplu, doar 3% din mașinile noi înmatriculate în 2025 au fost achiziționate prin leasing, ceea ce înseamnă un potențial mare de dezvoltare. România are un grad de penetrare a leasingului de aproape 1,3% din PIB, în timp ce media Uniunii este de aproximativ 4%. Aceasta în condițiile în care țările nordice depășesc 6%, în timp ce Polonia și țările dezvoltate din Vestul Europei se situează la 5%.

Leasingul, un levier pentru economia României

„Noi suntem într-o fază de maturizare accelerată, iar adoptarea soluțiilor digitale și schimbul de generații vor accelera ritmul de creștere”, punctează Ionuț Morar.

Pentru ca aceste previziuni să se îndeplinească ar fi util și necesar însă sprijinul statului, mai ales în direcția asigurării predictibilității și stabilității legislative și fiscale, consi-

deră interlocutorul nostru.

„De asemenea, mai cred că leasingul ar trebui să fie inclus în toate programele guvernamentale, alături de creditul bancar, pentru că este o alternativă viabilă de susținere a economiei și a antreprenoriatului din România. S-ar impune și simplificarea birocrăției, precum și o mai mare relaxare în reglementare, întrucât prin restituirea bunului către compania de leasing și replasarea lui de aceasta către un alt utilizator antreprenor se continuă ciclul investițional în economie, fără blocaje în fluxul monetar. Deci, leasingul poate acționa ca un levier pentru economie, de aceea ar trebui stimulat ca instrument investițional printr-un cadru de reglementare specific, ținând cont de particularitățile sale”, explică CEO-ul companiei.

Viziune pe termen lung

Dincolo de aceste deziderate, planurile de viitor ale BT Leasing sunt centrate pe obiective clare. Investițiile vizează în principal infrastructura IT și securitatea cibernetică, tehnologia AI în zona de suport și automatizarea proceselor operaționale, dar și dezvoltarea competențelor digitale ale angajaților companiei. De asemenea, se are în vedere diversificarea produselor existente și dezvoltarea unor produse noi în zona de mobilitate. Achizițiile rămân și ele o opțiune, dacă au o valoare strategică și sunt complementare și sustenabile pe termen lung.

Pe termen mediu, compania se concentrează pe creșterea portofoliului într-un mod profitabil și echilibrat, consolidarea sinergiilor cu Grupul BT, extinderea pe segmentul de echipamente și îmbunătățirea experienței digitale a clientului.

„Pe termen lung, obiectivul este să devenim partenerul principal de mobilitate și finanțare integrată pentru cât mai multe companii și persoane fizice din România. Viziunea noastră este să transformăm leasingul dintr-un simplu produs financiar într-o platformă de soluții de mobilitate, tehnologie și servicii integrate. Viitorul nu va mai fi doar despre «achiziția unui bun», ci despre utilizarea inteligentă, flexibilă și sustenabilă a mobilității și a echipamentelor. Iar în acest sens, cea mai mare oportunitate este apartenența la Grupul Financiar BT și integrarea în ecosistemul de soluții și produse financiare al băncii pentru a asigura un acces facil și rapid la produsele noastre celor aproape 5 milioane de clienți care au în prezent conturi la BT”, afirmă Ionuț Morar.

Încrederea, cel mai prețios capital

CEO-ul BT Leasing nu uită însă să precizeze un element esențial al tuturor acestor planuri, dar și al reușitelor obținute în cele trei decade – încrederea, „cel mai valoros lucru pe care l-am câștigat în acești 30 de ani. Le mulțumim tuturor clienților, partenerilor și colegilor care au fost parte din această poveste. Fiecare contract semnat, fiecare proiect, fiecare provocare depășită ne-a adus aici. Promitem să rămânem aproape, să inovăm, să fim responsabili și să construim în continuare pentru oameni, afaceri și pentru viitorul economiei românești.”