

Ecco la ricetta delle piccole: cliente al centro e meno costi

Le boutique puntano anche alla personalizzazione del servizio, grazie a una struttura più snella rispetto ai big

di **Gaia Giorgio Fedi**

Le boutique e le banche più piccole sono convinte di avere le carte in regola per competere con le big nel private banking. La ricetta per il successo si declina in vari modi, ma il leit motiv sono: attenzione al cliente e personalizzazione del servizio. La domanda è se ci sia spazio per le boutique. «Credo di sì, perché il private banking è un mercato da 1.000 miliardi di asset, di cui 240 ancora affidati alle reti retail: una fetta cui sia gli operatori più grandi sia le boutique possono ambire», osserva Salvatore Pignataro, responsabile divisione private banking e vice Dg di Banca del Fucino. Gli operatori piccoli però possono avere un vantaggio rispetto ai big, secondo Pignataro: «I primi gruppi bancari hanno un numero di private banker molto alto, che a loro volta devono gestire moltissimi clienti, nell'ordine di 120-130 persone per banker, mentre in Banca del Fucino sono i clienti sono 50-60, massimo 80 per banker. Spesso quindi le grandi banche sono costrette a ricorrere,

anche in misura esasperata, alla tecnologia, finendo a volte per offrire un approccio standardizzato alla maggior parte dei clienti e riservando la personalizzazione solo a quelli di fascia altissima». Un altro aspetto sul quale punta Banca del Fucino è l'assenza di conflitti di interesse, caratteristica condivisa da Banca del Piemonte. «Abbiamo cercato di minimizzare i conflitti di interessi e massimizzare la trasparenza: non collochiamo fondi della casa e i nostri private banker non sono promotori ma dipendenti», spiega Carla Venesio, responsabile private banking e wealth management di Banca del Piemonte. «Abbiamo una struttura molto snella e siamo una banca privata e indipendente, con una catena di comando corta che ci consente di mettere il cliente al centro, perché nel caso in cui qualcuno ci ponga un problema possiamo intervenire in fretta», aggiunge Venesio. «Dobbiamo distinguerci dai big e lo facciamo puntando sulle nostre caratteristiche di banca solida, privata e indipendente - e sulla volontà di dare risposte risolutive ai clienti», prosegue Venesio.

A puntare sulla specializzazione nei servizi di gestione e sull'offerta di un servizio a misura di cliente c'è Banca Ifigest. «A differenza degli operatori che vendono prodotti, noi offriamo un servizio di gestione molto personalizzato, che ci consente di lavorare bene con clienti più sofisticati», osserva Francesco Cosmelli, responsabile private banking

di Banca Ifigest. Un approccio che paga soprattutto in fasi di mercato complicate come quella attuale, in cui servono soluzioni alternative per gli investitori orfani dei rendimenti obbligazionari. «Occorrono soluzioni di diversificazione che proteggano il portafoglio ma diano anche un rendimento, magari utilizzando strategie clonate dal mondo hedge», aggiunge Cosmelli. Questi obiettivi si possono ottenere in diversi modi, ma per Banca Ifigest «è più facile rispetto alle grandi strutture che fanno del collocamento il loro business istituzionale, perché possiamo usare come veicolo classi istituzionali meno care, sulle quali non c'è retrocessione», spiega Cosmelli. Il tema dei costi è centrale nelle ricette degli operatori che vogliono competere

con i big. La massima trasparenza sulla struttura commissionale è uno degli aspetti sui quali insiste Banor Sim. «Questo modello di trasparenza, sul quale abbiamo puntato - in 15 anni non abbiamo mai preso retrocessioni - si affermerà sempre di più nel settore, anche grazie alla Mifid 2, che rimuoverà molte opacità del settore», osserva l'ad di Banor Sim, Massimo Cagliero. Certo, con commissioni più basse si riducono i margini, un aspetto che può diventare critico per strutture con costi elevati. «Ma la nostra dimensione - siamo la Sim indipendente più grande in Italia ma siamo più piccoli rispetto a grandi operatori generalisti - ci permette di tenere a bada i costi: non abbiamo l'ossessione del budget né la pressione dei ricavi a fine mese, quindi possiamo badare agli interessi dei nostri clienti nel lungo periodo», sottolinea Cagliero. Banor presta attenzione anche alla trasparenza sugli investimenti e alla performance. «Abbiamo un approccio di investimento value e studiamo tanto, abbiamo un team di ricerca eccezionale», aggiunge Cagliero.

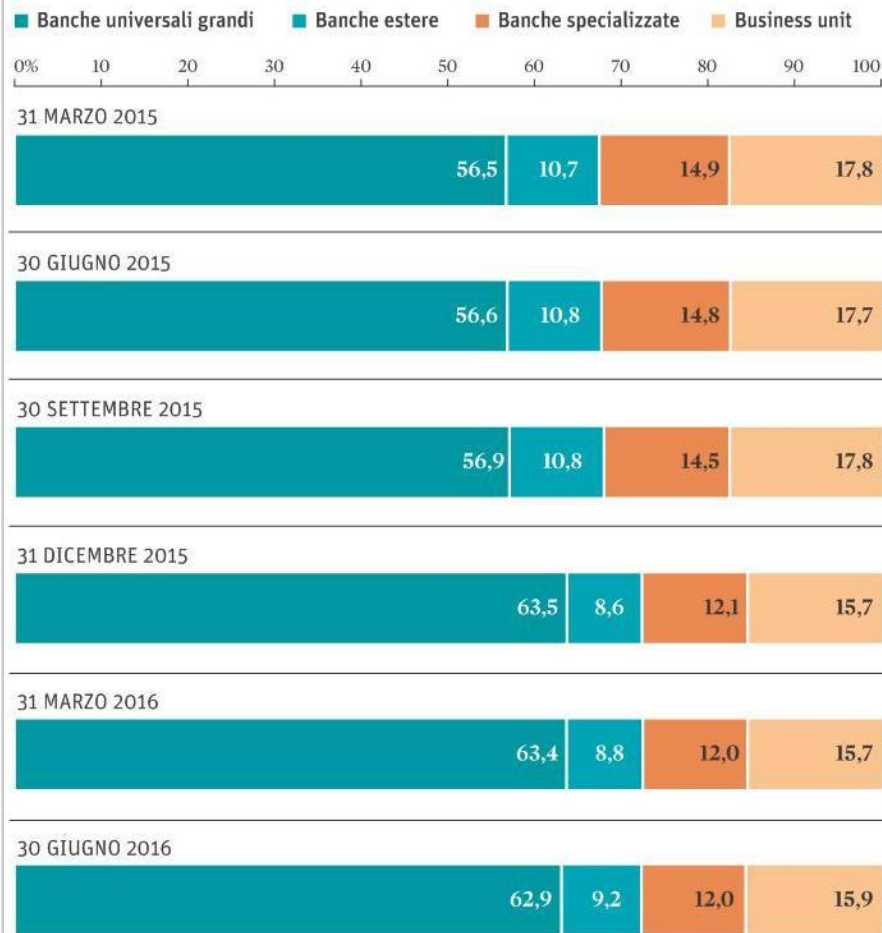


Carla Venesio

La responsabile private banking e wealth management di Banca del Piemonte spiega: «Abbiamo cercato di minimizzare i conflitti di interessi e massimizzare la trasparenza, non collochiamo fondi della casa»

Il peso degli operatori

Evoluzione quote di mercato delle tipologie di operatori, in percentuale



Fonte: AIPB, analisi della redditività del Private Banking in Italia