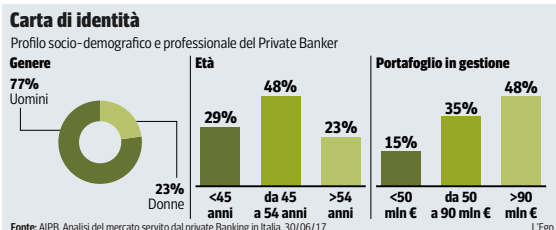


Profili & Servizi

Private banking, dimmi che cliente sei E troveremo il consulente giusto per te

Che la figura del *private banker* abbia un ruolo centrale nell'offerta del servizio è un fatto assodato. Se poi l'accoppiamento banker-cliente è felice, il successo può essere più probabile. La schiera dei quasi quindici mila professionisti del risparmio, infatti, rappresentano il cruciale punto di contatto tra banca e cliente e da loro dipende la soddisfazione e la fidelizzazione delle persone. Un compito diventato ancora più impegnativo con le nuove regole introdotte dalla Mifid2. In particolare l'obbligo di trasparenza dei costi. Spetterà, infatti, al *private banker* mettere in luce il valore aggiunto del servizio offerto e convincere il cliente a sostenerne la spesa.

Per aprire i cordoni della borsa è dunque fondamentale che il cliente sia soddisfatto, ma altrettanto deve esserlo il banker per trasmettere la giusta dose di fiducia. Come? «È importante l'allineamento tra le politiche della banca e il banker — commenta Antonella Massari, segretario generale Aipb (associazione italiana



private banking) —. Se è appagato, opererà in linea con i dettami della banca e rafforzerà la relazione con il cliente». Ma non solo. Poiché professionisti e i clienti non sono tutti uguali, è importante individuare le peculiarità degli uni e degli altri per affidare a ogni banker il target di clientela adeguato. «In questo modo — aggiunge Massari — si otterranno due risultati: fidelizzazione dei professionisti ed efficiente gestione della clientela».

Per aiutare le banche nella delicata operazione di unione, Aipb, da anni impegnata a monitorare i trend ev-

lutivi della professione, nell'ultimo osservatorio, ha delineato quattro profili di banker: veterano, guerriero, capitano, sergente. Il primo è un dirigente ed esercita una leadership. Il guerriero è un giovane con in tasca un master. Il capitano è aperto al nuovo e orientato al digitale. Il sergente è per lo più donna.

«In base alle loro caratteristiche — prosegue Massari — la banca può scegliere la migliore combinazione banker-cliente, ottenendo un buon portafoglio per il banker e una maggiore soddisfazione dei clienti». Individuare le caratteristiche del con-

sulente, infatti, è utile anche al cliente per fare una scelta coerente. «Per rafforzare la relazione banca-banker — conclude Massari — dal nostro osservatorio emerge anche la necessità di un cambio di passo nella formazione e nell'offerta di strumenti a disposizione». Un cambio di passo che in alcune strutture è già stato affrontato e sta dando risultati. «Dopo la Mifid — spiega Carla Venesio coordinatrice delle aree di Wealth Management e private banking di Banca del Piemonte, che gestisce un patrimonio *private* di oltre un miliardo di euro — abbiamo cambiato il modello operativo: definendo il target market per ogni prodotto, classificandoli per profilo di rischio e procedendo anche alla revisione dell'adeguatezza. Non solo per fare proposte coerenti, ma anche per portare il cliente a cambiare prospettiva nella costruzione del portafoglio. Ovvero a non ragionare in una logica di rendimento del singolo titolo, ma a muoversi in funzione dei propri obiettivi di vita e in un'ottica di gestione patri-

moniale globale. Questo ha comportato un forte impegno anche nell'aggiornamento professionale dei nostri banker e sta producendo buoni frutti».

La ricchezza gestita dall'industria del *private banking* in Italia ammonta a 806 miliardi. Anche se in leggero rallentamento rispetto agli anni passati, i tesorotti delle famiglie facoltose italiane continuano a lievitare. Nel 2017, gli asset sono aumentati del 3,9% rispetto al 2016, quando il progresso era stato di oltre il 4%. A contribuire al rigonfiamento dei portafogli sono stati il buon andamento dei mercati (+2,3%) e la nuova raccolta (+6%). Che insieme hanno compensato i deflussi pari al 4,4% per effetto della riorganizzazione del modello di business che ha comportato distaccamenti dalle strutture principali.

Spacchettando i ricchi portafogli, nel corso del 2017 si è osservata una significativa rotazione. È sensibilmente cresciuto il peso (42,5%) del risparmio gestito (+6 punti nell'ultimo decennio). Seguono a ruota i prodotti assicurativi (cresciuti di 13 punti in dieci anni). Al contrario, perde quota l'amministrato che dal 45% (picco toccato nel 2009) scende al 23,3% a fine 2017, il livello più basso dal 2007.

Patrizia Puliafito
© RIPRODUZIONE RISERVATA