



Intervista. Alessandro Varaldo: ecco la strategia di Banca Aletti

«Lavoreremo sul connubio tra innovazione e tradizione»

Alessandro Varaldo da qualche settimana è ai vertici di Banca Aletti, che nel wealth management ha una lunga tradizione.

Quali obiettivi si pone?

Potenzieremo i 190 anni di storia e la straordinaria tradizione nella specializzazione dei servizi di investimento e nella forte capacità di relazione con i clienti, considerando che oggi in Banca Aletti c'è tutta l'attività di private banking e wealth management del Gruppo Banco BPM, il terzo Gruppo bancario italiano. Da un lato c'è un track record pluriennale e una reputazione forte nella protezione del patrimonio dei clienti anche nelle fasi più turbolente dall'altro puntiamo a nuove forme di risparmio e investimento che ci consentono di potenziare la gamma. Stiamo anche rafforzando la nostra consulenza specialistica in materia di tutela e trasmissione del patrimonio, compresa la gestione del passaggio generazionale in ambito azienda di famiglia, di private insurance advisory, di consulenza nell'arte e nell'immobiliare italiano ed estero con un team dedicato, di servizi di family office.

E sul fronte corporate?

Forte è la collaborazione tra i banker e le strutture di corporate e investment banking di Banco BPM e Banca Akros.

Su questo punto sono convinto che abbiamo un grande vantaggio: avere internamente un presidio sul mondo corporate che è un punto di osservazione privilegiato. Crediamo molto nell'economia reale e puntiamo sulle storie di successo imprenditoriali italiane, anche come opportunità d'investimento. Conoscere il valore delle aziende italiane è parte integrante del nostro lavoro.



BANCA ALETTI

La banca private del Gruppo Bpm ha ora alla guida Alessandro Varaldo (nella foto)

L'industria sta vivendo un grande cambiamento con l'arrivo di Mifid2. Cosa ne pensa?

L'impatto c'è stato soprattutto a livello di processi organizzativi e procedurali; sul piano della relazione con il cliente è stato di minore portata grazie ad un approccio non legato ai prodotti ma alle soluzioni e alle competenze professionali dei banker. La trasparenza e il tema dei costi diventa un momento di confronto molto importante con i clienti e anche un'opportunità per dimostrare la

differenza qualitativa dell'offerta, la professionalità e le competenze che saranno ancora di più valorizzate.

I flussi nel sistema non aumentano e spesso per crescere c'è solo uno spostamento di masse da un operatore ad un altro. Cosa può dirci in proposito?

È vero ma il differenziale competitivo si concentra sulla capacità di offrire consulenza e seguire personalmente i clienti dimostrando di saperne ascoltare e interpretare le esigenze di clienti preparati, multibancarizzati, digitali. Le nostre soluzioni proporranno un nuovo modo di guardare alle esigenze, gli obiettivi e i comportamenti finanziari dei clienti nel suo complesso.

La qualità dei banker è un valore per tutte le banche private. Come cercate di elevarlo?

I banker devono essere una squadra di professionisti di alto profilo, con un solido background e forti capacità di consulenza finanziaria. Stiamo creando un Accademia che potenzierà i banker e i consulenti finanziari sugli investimenti, sulle tematiche fiscali e successorie, sugli aspetti societari, sulla finanza comportamentale e sulle forme d'investimento legate all'economia reale e sociale.

—L.I.

© RIPRODUZIONE RISERVATA