

AIPB: si parla di Noi

Istituto di Mediobanca, a forte vocazione digitale, punta sulla clientela Affluent e Upper Affluent

ROBOT ADVISOR, AVANTI TUTTA

Così CheBanca! automatizza le proposte di asset allocation

DI NICOLA CAROSIELLI

Mifid2 e le sfide che la nuova normativa porta con sé stanno rivoluzionando le logiche del private banking, mercato nel quale assisteremo a una vera polarizzazione e che lascerà spazio ai soli operatori in grado di garantire competenze e tecnologie di supporto sempre più evolute e adeguate. Un mercato senza dubbio significativo nella generazione dei ricavi correnti, come emerso nel XIII Forum di settore organizzato da Aipb, perché in grado di contribuire, con 3,7 miliardi di euro, al 40% dei ricavi da risparmio gestito del sistema (pari a 8,9 miliardi di euro).

Se questo è vero dunque significa però che una partita altrettanto importante si gioca su quel 60% di ricavi da risparmio gestito non provenienti dal mercato Private, bensì da quei clienti con patrimoni minori, ma che comunque si affidano alla propria banca o al proprio gestore per la pianificazione degli investimenti. Proprio la necessità di poter gestire questo target di clientela in maniera efficiente, determinerà una sempre maggior penetrazione di modelli evoluti a forte vocazione digitale. In quest'ottica si inseriscono i robo-advisor o robo for advisor come strumento di gestione efficiente degli investimenti alla portata di tutti i clienti, in termini sia di trasparenza di costi sia di semplicità nella fruizione del servizio.



Alessandro D'Agata, dg di CheBanca!

saputo crescere ed evolvere arrivando oggi – anche grazie all'acquisizione delle attività Barclays Italia nell'agosto 2016 – a contare su 800 mila clienti, 20 miliardi di raccolta, 110 filiali, una rete di consulenti finanziari in forte crescita e un posizione di leadership per quanto riguarda l'innovazione tecnologica. «Nel nostro piano di crescita abbiamo puntato su una piattaforma evoluta caratterizzata

da un'architettura aperta», ha dichiarato Alessandro D'Agata, direttore generale di CheBanca! «L'expertise del Gruppo Mediobanca e un'elevata professionalità nell'advisory permettono ai nostri clienti di accedere a oltre 8 mila fondi delle principali case di investimento globali e questo ci consente di rispondere efficacemente anche all'evoluzione in corso a livello normativo».

AUTONOMIA NON SIGNIFICA FAI-DA-TE

Uno dei pilastri del nuovo corso della Banca è infatti Yellow Advice, la consulenza basata sulla tecnologia avanzata robo-advisor che CheBanca! ha lanciato per prima sul mercato bancario italiano e che permette a tutti gli investitori di

gestire i propri risparmi con diversi livelli di autonomia, in tutta semplicità e trasparenza. Il portale supporta il cliente nella definizione di strategie personalizzate di investimento, tenendo conto del livello di rischio e dell'orizzonte temporale desiderato e potendo contare sull'intera gamma di fondi offerta dalla Banca in collaborazione con le case partner. Tramite Yellow Advice, il cliente può monitorare in ogni momento la propria situazione finanziaria e implementare le raccomandazioni di investimento che il sistema fornisce sulla base delle linee guida del Comitato Investimenti del Gruppo. Tutto con il supporto del proprio consulente oppure in completa autonomia. Aggiunge D'Agata: «In Italia si

sta sviluppando velocemente il robo-for-advisor, uno strumento di efficienza nella gestione della relazione con i clienti. Il servizio permette, infatti, di creare in modo efficiente e automatizzato le proposte di asset allocation dei clienti inviandole direttamente in formato elettronico, con evidenti risparmi di tempo, la necessaria flessibilità e una maggiore solidità metodologica».

MA SUL TERRITORIO CRESCONO LE FILIALI

Se da una parte la Banca continua a puntare sull'evoluzione digitale, dall'altra non rinuncia al presidio sul territorio sia tramite le 110 filiali sia attraverso una rete di Consulenti Finanziari in forte crescita. Approccio strategico supportato anche dai risultati dell'ultima edizione del CheBanca! Digital Banking Index, l'Osservatorio periodico realizzato dalla banca multicanale del Gruppo Mediobanca che misura come il digitale sta cambiando il rapporto tra banca e clienti. In particolare, dalla ricerca è emerso che, nonostante l'introduzione di nuove tecnologie, nel settore bancario la filiale continua ad essere il punto di riferimento importante per i clienti soprattutto per le operazioni più complesse. Lo studio rileva, infatti, che il 76% dei correntisti online si reca in filiale almeno una volta ogni tre mesi, prevalentemente per l'aggiornamento della documentazione o per compiere operazioni più complesse, come gli investimenti, la gestione del risparmio o i finanziamenti, per i quali si preferisce l'interlocuzione ed il confronto con il personale della banca. «Con Yellow Advice ogni cliente può decidere di utilizzare la piattaforma come meglio desidera», conclude D'Agata. «Ovvero con il supporto di un consulente in filiale, con l'aiuto di un consulente remoto oppure da solo via web. Ma sapere di poter contare su professionisti specializzati nella gestione degli investimenti, supportati dalla competenza e dall'esperienza sui mercati di Mediobanca, è qualcosa a cui la maggior parte dei clienti, anche quelli tecnologicamente più evoluti, non è disposto a rinunciare».

