

LA CRISI DEI PAPERONI

Il cliente affluente ha paura E il private banker si adegua

Nel 2008 si stima una contrazione dei patrimoni gestiti del 6%. La crisi ridisegna le strategie: asset più semplici e trasparenti. Db aprirà 400 filiali

CARLO BORDOGNA

La crisi dei mercati finanziari non risparmia nessuno. Anche il mercato italiano del private banking, costituito dall'insieme di prodotti e servizi di consulenza finanziaria destinati alla clientela dei «ricchi», ha subito una contrazione del 6% circa, passando da 829 miliardi del 2007 a 779 miliardi previsti nel 2008. Secondo una ricerca di PricewaterhouseCoopers la crisi in atto non produce solo un ridimensionamento del mercato, ma estende la sua influenza anche alle scelte strategiche di molti private, che orientano le proprie scelte alla tutela del patrimonio e alla semplicità degli strumenti in cui investire. Un trend che trova conferma nella nuova composizione del portafoglio, che ha visto un aumento sia della percentuale destinata alla componente obbligazionaria (cresciuta dal 37% del 2007 al 49% del 2008) sia di quella destinata ai depositi (dal 10% del 2007 al 16% del 2008). Al contrario, le azioni, le gestioni patrimoniali e i prodotti assicurativi rappresentano le componenti del portafoglio interessate da un trend discendente.

INVESTIRE SUL BRAND. Nonostante il ridimensionamento dell'ultimo anno, comunque, il mercato italiano presenta ancora elevati margini di crescita. In questo contesto il gruppo Deutsche Bank ha di recente annunciato un piano di crescita della divisione «Private & Business Clients». Un programma che prevede l'apertura di circa 400

nuove filiali in tutta Europa entro il 2012, di cui 150 in Italia. E all'interno del piano di sviluppo che riguarda l'Italia, ci sarà un forte focus proprio sul private banking. Ma non si tratta dell'unica mossa messa in atto dai private sul mercato italiano. «Banca Fideuram, che amministra 26 miliardi per i clienti private, ha come obiettivo strategico lo sviluppo di questo settore - commenta Matteo Colafrancesco, ad della società (che ha festeggiato di recente i 40 anni di attività) - E questo attraverso una linea e di centri dedicati alla clientela private, oltre a un rafforzamento dell'offerta. In particolare è stata predisposta una nuova piattaforma di financial planning». Anche Banca Leonardo pun-



RODOLFO PESATI
Pwc



ta a rafforzare la propria presenza nel mercato nazionale, puntando soprattutto sulle aree metropolitane di Milano, Roma, Torino e Bologna. E il programma di espansione territoriale prosegue pure per Banca Cesare Ponti, che prevede l'apertura di due nuove filiali private nel prossimo anno. Insomma, la crisi non sembra comunque spaventare le private bank, che continuano a vedere spazi di crescita in Italia, grazie a quel 39% della popolazione più ricca ancora affidata a operatori che non offrono una struttura dedicata a questo tipo di esigenza della gestione dei patrimoni. Secondo Rodolfo Pesati, responsabile della divisione private banking di PricewaterhouseCoopers, il mercato italiano delle banche private è fortemente frammentato e la crisi odierna sta portando a un'ulteriore intensificazione del fenomeno. Ma quali sono le variabili sulle quali gli operatori dovrebbero concentrare i propri sforzi per conquistare nuove fette di mercato? E soprattutto, cosa chiedono in questa fase delicata gli investitori che si rivolgono ai servizi di priva-

te banking? «Per conquistare nuove fette di mercato è necessario investire sulla fiducia che il cliente matura nel brand e in chi lo segue, attraverso un maggior impulso alla comunicazione e attraverso l'attivazione di un processo di semplificazione degli investimenti, magari diversificando il portafoglio su strumenti di più facile comprensione», sostiene Pesati.

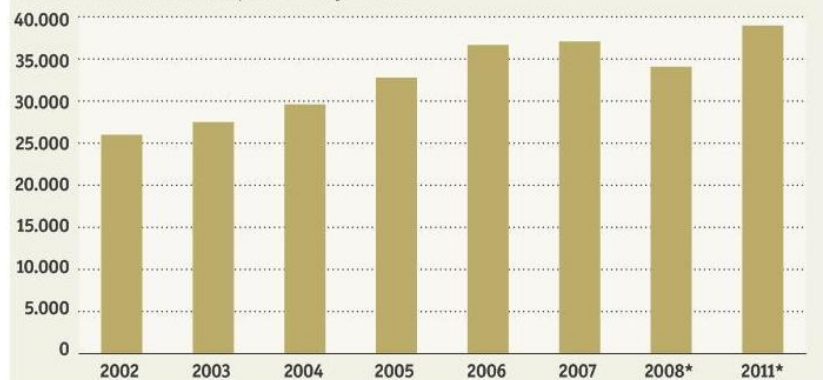
MAGGIORE SICUREZZA.

Per quanto riguarda le scelte d'investimento, invece, «in questo momento c'è assoluto disorientamento, nonché difficoltà a valutare i prodotti finanziari inseriti in portafoglio - sottolinea Luigi Crosti, responsabile area servizi operativi private banking di Banca Leonardo - In buona sostanza i nostri clienti chiedono più certezze, piena trasparenza, oltre a voler essere rassi-

curati sulla bontà dei loro investimenti». La prevalenza del tema della sicurezza e della tranquillità degli investimenti è sottolineata anche da Andrea Ragaini, amministratore delegato di Banca Cesare Ponti, che precisa «come in questa fase di mercato venga prediletta la liquidità, quindi operazioni di pronti contro termine, acquisto di Bot a tre e sei mesi oppure altri titoli governativi, in particolare Bund e Oat». Gli fa eco Paolo Magnani, responsabile direzione private banking del gruppo Credem: «L'attuale fase è dominata da fenomeni di riduzione generalizzata del profilo di rischio della clientela, pertanto la domanda si sposta inevitabilmente verso strumenti a breve scadenza e a reddito fisso». Ma c'è anche chi propone prodotti con rischio controllato, soprattutto obbligazioni strutturate a capitale garantito, come la Divisione private wealth management, ancora di Deutsche Bank che con largo anticipo ha guidato i propri clienti verso un aumento della componente liquidità legata all'Euribor.

L'industria del private banking nel mondo

Fonte: PricewaterhouseCoopers Advisory - *Stime



L'andamento del private banking in Italia

Fonte: PricewaterhouseCoopers Advisory - *Stime

