

TAGLIE MINI, MASSIMA PERSONALIZZAZIONE

Le boutique specialiste

Nel mercato del private banking in Italia sono presenti circa una ventina di boutique finanziarie. Operano in prevalenza nel Centro-Nord e sono tipicamente riconducibili a banche o sim italiane specializzate, anche facenti parte di gruppi bancari, ma indipendenti dal punto di vista organizzativo-gestionale, o a banche estere con una rete di filiali, soprattutto svizzere, ovvero senza filiali, soprattutto anglosassoni. Vengono chiamate boutique sia per le dimensioni più contenute rispetto alle divisioni private delle principali banche nazionali, gestiscono infatti tra i 5 e i 15 miliardi di asset, sia soprattutto per il modello di offerta, caratterizzato da servizi specializzati, un numero limitato di clienti e quindi una maggiore possibilità di personalizzazione. Le boutique, tuttavia, devono confrontarsi con il trend di consolidamento che sta caratterizzando l'industria del private banking in Italia: tra il 2005 e il 2007 la quota di mercato dei primi cinque istituti private per masse gestite è passata dal 35% a oltre il 40%.

«Le boutique avranno sempre più bisogno di distinguersi attraverso la specializzazione in un particolare segmento di offerta, per esempio negli investimenti alternativi o nell'expertise su alcune asset class, qualificando la proposta di servizio attraverso il ricorso a un nucleo di professionisti esperti nell'attività di consulenza. La specializzazione potrà definirsi di successo nella misura in cui la propria leadership verrà percepita e riconosciuta dal mercato, costituendo così la base della futura strategia di sviluppo», spiega Fabrizio Greco, direttore



Fabrizio Greco di Euromobiliare

generale di Banca Euromobiliare. Secondo Andrea Ragaini, ad di Banca Cesare Ponti, i tre principali plus competitivi di un modello specializzato di boutique che le consentono di innalzare il contenuto del servizio e di garantire standard qualitativi omogenei ed elevati sono la focalizzazione assoluta sul private banking, unico mercato di riferimento, l'elevata specializzazione e le dimensioni ridotte. «La specializzazione», osserva Ragaini, consente di definire con elevato livello di dettaglio tutte le fasi del processo: ogni attività viene disaggregata, codificata e attribuita, in modo da minimizzare il rischio di errata esecuzione e massimizzare la soddisfazione dei clienti. La dimensione, oltre a un attento controllo delle modalità di proposta e una verifica sistematica e costante delle attività svolte, consente una elevata flessibilità operativa e una catena decisionale corta che permette risposte certe e rapide e la strutturazione di soluzioni realmente personalizzate».

L.C.

circa 28 miliardi erano gestiti per conto di 21 mila clienti da oltre 500 mila euro. Attraverso i private banker delle reti Fideuram e Sanpaolo invest, l'istituto mette a disposizione della clientela private prodotti a elevato grado di personalizzazione, servizi dedicati e team specializzati. La gamma delle soluzioni private comprende sia opzioni di risparmio gestito finanziario sia di risparmio gestito assicurativo che consentono di realizzare investimenti su misura



Matteo Colafrancesco, amministratore delegato di Banca Fideuram

per la fascia più alta ed esigente della clientela. L'offerta prodotta è affiancata da una serie di servizi dedicati che comprendono portfolio advisory, consulenza fiscale e legale, servizi fiduciari e consulenza immobiliare. I team specializzati sono costituiti dalla funzione key client e dai gestori private. Un grande contributo allo sviluppo del segmento private sarà fornito da Sei, la piattaforma di financial planning sviluppata recentemente dall'istituto. «Sei rappresenta un metodo innovativo di approccio alla clientela», spiega Matteo Colafrancesco, ad di Banca Fideuram, «che mette al centro dell'analisi il cliente private e le sue esigenze più complesse, individuando soluzioni personalizzate e tenendo sempre sotto controllo la rischiosità del patrimonio. Un processo studiato per la fascia più alta e più esigente della clientela, che consentirà ai private banker del gruppo di offrire ai migliori clienti un servizio di consulenza evoluta e all'avanguardia».



Daniele Cabiati, direttore generale di Bipiemme private banking sim

Settemila clienti circa e una struttura commerciale composta, a fine giugno, da 63 relationship manager con un patrimonio in gestione superiore a 5 miliardi definiscono invece Bipiemme private banking sim, la società del gruppo Bipiemme nata nel 2001 che opera nel segmento della clientela private. Il modello organizzativo prescelto si basa sulla forte com-