

Le banche alle prese con il calo della redditività causato dal basso rischio dei portafogli

LA GRANDE SFIDA DEI MARGINI

Salgono i volumi, ma il grosso va nei fondi monetari

DI ELENA CORREGGIA

«I primi tre gruppi bancari, ovvero Intesa Sanpaolo, Unicredit e Ubi», spiega **Paolo Mazzoni**, presidente di Magstat, società di consulenza specializzata in questo settore, «controllano quasi il 40% del mercato del private banking, mentre i primi cinque sfiorano il 50%». Il resto è in mano ad una frammentata realtà di strutture di medie, piccole e minuscole dimensioni che, anche per il 2011, dovranno fare i conti con un mercato difficile. Il numero dei promotori finanziari è sceso, secondo Assoreti, da 27.735 unità nel 2008 a 23.253 quest'anno. Del resto, con un costo del denaro fermo all'1%, i margini sugli ex ricchi portafogli oltre 500 mila euro hanno subito un drastico ridimensionamento, passando dallo 0,35% del 2007 allo 0,2% del 2009, secondo una ricerca di quest'anno di McKinsey. Su 829 miliardi di euro di masse gestite dalle strutture italiane sempre nel 2007, l'utile lordo, racconta l'ultima indagine di PwC Advisory (si veda intervista a Giacomo Neri a pag. ??), è stato di 2,2 miliardi, mentre nel 2010, a fronte di 904 miliardi di euro, l'utile è sceso a 1,6 miliardi.

In altri termini, la ricchezza, in Italia, è cresciuta. Ma non rende più come prima, concentrata com'è in portafogli a basso coefficiente di rischio, quindi ricchi di fondi obbligazionari e monetari. Eppure il «numero di high net worth individual», persone con buone disponibilità finanziarie, è aumentato fra il 2008 e il 2009, da 163.700 a 178.800, racconta un'altra indagine appena pubblicata, quella di Capgemini, fatta in collaborazione con Merrill Lynch Wm. Gli esperti

sostengono che nel 2011 la ricchezza in Italia salirà ancora, fino a 922 miliardi di euro. Le previsioni, quindi, sono positive, soprattutto per il segmento molto alto di mercato, quello dei family office, che continuano a crescere senza sosta. Sono infatti passati da 77 a 105 dal 2007 al 31 dicembre del 2009, quasi il 40% in più. Basti pensare alla neonata Family Advisory Sim, fondata da Federico Sella, uno dei figli del banchiere Maurizio Sella, che ha aperto il capitale anche ai clienti. Oppure **Giampaolo Abbondio** Associati sim, gestita dal figlio di **Angelo Abbondio**, storico gestore milanese. A clienti di prestigio di rivolge anche Virtualadvise Sim di **Claudio Costamagna**, ex top manager di Goldman Sachs. In questi tre anni di crisi, come è cambiato il portafoglio dei clienti private? Secondo Aipb, l'Associazione italiana private banking, i fondi comuni sono cresciuti dall'11,6% del 2008

al 13,3% del giugno 2010, così come le gestioni patrimoniali, passate dal 15,3 al 17,4%. Positivi anche i contratti assicurativi (8,3% contro il 6,8% di due anni fa). Sono tipologie di prodotto che garantiscono alla banca margini decisamente più alti rispetto a titoli di Stato e a fondi monetari. Ma sono scelte che vanno veramente incontro alle reali esigenze dei clienti o

sono dettate solo da necessità di bilanci in ordine? *MF-Milano Finanza* ha girato la domanda ai maggiori player di mercato. Che hanno fornito le loro soluzioni in grado di conciliare le esigenze della banca con quelle dei clienti.

Prima di tutto gli esperti mettono le mani avanti: ma è davvero possibile tornare ai livelli del 2007? Mentre **Stefano Grassi**, vice dg e responsabile di Banca Generali Private Banking è possibilista, di tutt'altro avviso è **Gianluca Talato**, responsabile del private banking di Banca Popolare di Vicenza: «Non ritengo ci siano le condizioni materiali per riportare la marginalità di un tempo nei prossimi anni». La riflessione, dunque, deve spostarsi altrove. E più precisamente sul terreno dei

servizi, l'unico stimolo che, a detta dei bankers, riesce a mettere concretamente d'accordo gli interessi della banca e quelli dei clienti. Merito anche dell'introduzione della direttiva Mifid «spesso giudicata solo come un onere amministrativo per le banche», ma che, in realtà «ha spostato l'attenzione sulle nuove opportunità offerte dalla consulenza», come indica l'amministratore delegato di Banca Cesare Ponti, **Andrea Enrico Ragaini**. «In pratica», continua Ragaini, «si passerà sempre più dalla remunerazione



sul prodotto alla remunerazione sul servizio».

Un aspetto, quest'ultimo, bene evidenziato da **Gianluca Bisognani**, reponsabile dell'attività di private banking del gruppo Ubi, il terzo operatore italiano nel settore con circa 40 miliardi di euro in gestione. «Di queste risorse, su circa quattro miliardi offriamo pura consulenza a pagamento. Per noi questo aspetto è fondamentale perché in questo mestiere è molto importante non lasciarsi prendere dalla frenesia del momento, quindi lanciarsi alla caccia

della performance oppure buttarsi sui prodotti più di moda. Bisogna invece cercare di

ottimizzare i risultati della gestione in funzione del livello di rischio che il cliente è disposto ad accettare. Una volta fatto questo si possono fare degli aggiustamenti di natura tattica, ma senza oltrepassare i limiti posti dalla strategia. Un portafoglio ben equilibrato può essere meno volatile di un Btp e rendere di più. Ma per ottenere questo risultato è necessario investire, come abbiamo fatto noi, deci-

Ci vorrà tempo per tornare ai profitti pre-crisi

ne di milioni di euro in sistemi, personale e formazione».

Che il trend sia avviato e sottoposto a uno sviluppo continuo lo conferma anche **Stefano Rossi**, amministratore delegato de La Compagnie Financière Edmond De Rothschild Banque, sostenendo che tra i principali soggetti a richiedere servizi di corporate finance ci sono gli imprenditori, che li utilizzano «anche per valutare operazioni strategiche per la vita aziendale».

Ma non di sola consulenza progrediscono le banche. Banca Akros, per esempio, ha investito su un gestore dedicato al mercato nordamericano e ha aumentato moltissimo «l'attività di studio, analisi e selezione sui fondi di terzi soprattutto nelle aree dei paesi emergenti», come spiega **Francesco Cosmelli**, direttore centrale, responsabile clienti istituzionali e del private banking della banca.

Dal canto suo, Ubs Italia cerca di superare la crisi avvalendosi dei suoi tre punti di forza: «La ricerca internazionale, l'essere parte attiva sui mercati dei capitali a livello mondiale, e la specializzazione nella gestione di asset, che a livello mondiale per Ubs ammontano a 2.100 miliardi di franchi svizzeri», chiosa l'amministratore delegato **Giorgio Riccucci**. (riproduzione riservata)



Paolo Molesini