



LA NUOVA STAGIONE DEL PRIVATE BANKING

Ora i ricchi chiedono

In Italia le tempeste finanziarie del 2008 hanno ridotto i grandi patrimoni del 6%. Per questo i clienti vogliono dai loro banchieri maggiore competenza, attenzione e capacità di costruire portafogli trasparenti, in grado di difendere il livello di benessere. E molti abbandonano le blasonate istituzioni straniere per rifugiarsi nelle banche più piccole, legate al territorio.

di Roberta Caffaratti

■ Non è vero che il private banking debba offrire per forza un servizio complesso. Sembra proprio questo lo slogan dell'industria del risparmio dedicata ai cosiddetti *affluent*, ovvero i risparmiatori con oltre 500 mila euro da investire, per uscire dalla crisi. Che nel 2008 ha colpito duro la redditività delle imprese del settore, con un calo degli utili di 0,3 miliardi di euro a fronte di una contrazione dei ricavi di 1,4 miliardi. Il dato emerge dalla ricerca «Impatti della crisi nel mercato del private banking», realizzata dall'Associazione italiana private banking (Aipb).

La ragione del calo dei margini si deve in gran parte alle mancate commissioni, che dipendono dalla composizione dei portafogli dei clienti. L'analisi dice, infatti, che la domanda si è indirizzata, e lo è ancora, su prodotti liquidi a

basso rischio/rendimento con costi contenuti (pronti contro termine, titoli di Stato e così via) e quindi con un basso margine per le imprese. «Le aziende hanno dovuto investire per rispondere a un'esigenza di consulenza superiore» dice a *Economy* Bruno Zanaboni, segretario generale Aipb. «E oggi stanno pensando a come riorganizzarsi per fornire una risposta alle nuove esigenze della clientela che vuole una maggiore trasparenza, indipendenza e semplificazione».

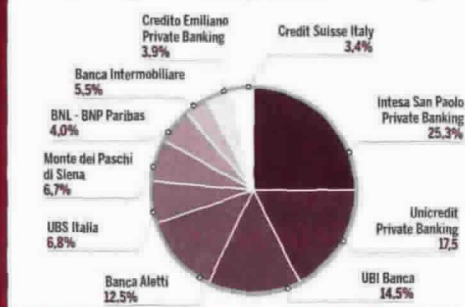
DENARI AL SICURO. Del resto, il cliente di questi tempi sembra avere ancora più ragione. Anche perché dopo cinque anni di crescita della ricchezza mondiale a un tasso annuo medio del 7,4%, per la prima volta nel 2008 si è tornati indietro del 14,7%. In pratica, la ricchezza

mondiale ha fatto un salto all'indietro ai valori del 2005.

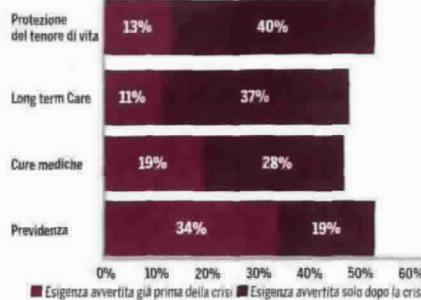
In Italia le cose sono andate un po' meglio rispetto al resto del mondo: secondo l'indagine Aipb, la diminuzione dei patrimoni private nel 2008 è stata del 6%, con la fuoriuscita di circa 100 mila famiglie dall'area dei potenziali clienti. Il calo più significativo (-23%) c'è stato tra chi detiene patrimoni superiori a 10 milioni di euro e di conseguenza la fascia cosiddetta intermedia, con patrimoni compresi tra i 5 e i 10 milioni, è cresciuta del 29%, mentre hanno sofferto molto (-15%) i patrimoni compresi tra 500 mila e 1 milione di euro. Insomma, lo zoccolo duro dei Paperoni italiani, che detengono una ricchezza di quasi 780 miliardi di euro «spalmata» su circa 600 mila nuclei familiari, resiste.

«Per ragioni legate alla distribuzione geografica e a scelte finanziarie, solo la metà di queste famiglie è servita dall'industria del private» dice Zanaboni. «Credo che proprio questa crisi possa rappresentare un'occasione per raggiungerle». Già, perché accanto a una diminuzione della propensione al rischio e alla ricerca della semplicità, è scattata anche una sorta di diffidenza nei con-

I signori del private banking



Voglia di sicurezza



UN MERCATO IN ASSESTAMENTO

Il grafico a sinistra (realizzato su dati dell'Associazione italiana private banking) mostra un settore sostanzialmente stabile con i quattro grandi gruppi (Intesa, Unicredit, Ubi e Banco Popolare) a farla da padroni. Cambiano, invece, i bisogni dei clienti, come si vede dal grafico a destra: più che le performance, interessano la difesa del patrimonio e del livello di benessere (ricerca Boston Consulting Group).



Dall'alto:
ANDREA RAGAINI A.d. Banca Ponti.
BRUNO ZANABONI Segretario Aipb.
MAURIZIO MORGILLO Banca Bper.

più semplicità

fronti delle banche straniere, quelle che negli anni della grande abbuffata hanno assicurato, con hedge e prodotti strutturati, rendimenti eccezionali (poi si è capito perché).

«Oggi c'è la richiesta di una consulenza integrata tra patrimonio finanziario e attività imprenditoriale e per questo sono state rivalutate le banche di medio-piccole dimensioni come le popolari e le banche di credito cooperativo» dice Marco Mazzoni, fondatore di Studio Magstat, società specializzata di servizi e reclutamento per l'industria del private banking.

Così il mercato procede in due direzioni: i leader che diventano sempre più grandi e nuove piccole realtà che si affermano. La prova è che Unicredit private banking, nel quale sono confluite le reti di Banca di Roma, Banco di Sicilia e Bipop-Carire, e Intesa Sanpaolo, che si è ingrossata dopo le fusioni con Carisbo, Cassa di risparmio di Padova e Rovigo, insieme hanno quasi il 43% del mercato. Che sale al 57,3% se consideriamo Ubi Banca.

Accanto a queste si sono affermate negli ultimi due anni nuove realtà come Banca popolare dell'Emilia-Romagna (Bper), Banca popolare di Sondrio, Ban-

ca popolare di Spoleto, Banco di Desio, Banca popolare dell'Alto Adige (Volksbank), Banca delle Marche, Veneto Banca. Il caso forse più significativo è proprio quello di Bper, che è partita a maggio dello scorso anno, in piena crisi dei mercati finanziari, con una divisione private che è riuscita ad aumentare la raccolta della banca dell'11% con asset pari a 2 miliardi di euro con 33 private banker.

SERVIZIO SU MISURA. «Il 75% della nuova raccolta proviene da ex clienti di grandi istituti italiani e stranieri che cercano un rapporto più stretto e un servizio su misura» dice il capo del private Maurizio Morgillo. Questa è stata da sempre la filosofia delle banche italiane specializzate solo in private banking che oggi però fanno fatica a stare sul mercato, salvo rare eccezioni come Banca Esperia, nata dall'alleanza tra Mediobanca e Banca Mediolanum (che però sembrerebbe crederci sempre meno), Banca Leonardo e Banca Cesare Ponti, che è entrata nell'orbita Carige.

«La clientela è alla ricerca di semplicità e di strutture riconoscibili sul territorio» dice Andrea Ragaini, a.d. di Banca Cesare Ponti, che ha aumentato del

4,5% la raccolta 2008. Intanto, per conquistare e tenere clientela, la risposta «semplice» dell'industria sul fronte dei prodotti va verso il private insurance, che protegge il patrimonio e ha come obiettivo la salvaguardia del tenore di vita, ma soprattutto fa recuperare redditività rispetto ai pronti contro termine e ai titoli di Stato.

Perché la protezione del tenore di vita è un'esigenza in aumento dopo la crisi, come dimostra una ricerca recentissima 2009 di Boston Consulting Group, insieme con la voglia di una polizza sanitaria e di una copertura medica. E, al di là del modello scelto, a dare una mano all'industria italiana del private banking ci sono la guerra ai paradisi fiscali e un nuovo scudo fiscale alle porte, che con ogni probabilità coinvolgerà tutta l'Europa.

Questi due fattori insieme potrebbero far tornare a crescere il settore.