

# Mostre, concerti e golf così i private banker coccolano il cliente vip

NONOSTANTE L'ATTUALE  
MOMENTO DIFFICILE  
E I RIDIMENSIONAMENTI  
NON VIENE MENO  
L'IMPEGNO NEL REALIZZARE  
APPUNTAMENTI ED EVENTI  
DEDICATI ALLA FASCIA TOP  
DEI RISPARMIATORI  
PER RAFFORZARE  
I LEGAMI DI FIDUCIA

**Sibilla Di Palma**

*Milano*

Anche con la crisi gli istituti di credito non rinunciano a coccolare i clienti del private banking. Mostre, concerti, visite guidate, gare di golf sono gli appuntamenti riservati ai Paperoni con un patrimonio liquido non inferiore ai 500mila euro. Una prassi molto diffusa negli anni passati che ha subito un inevitabile ridimensionamento con la congiuntura negativa, ma che resiste alla luce della possibilità per le banche di farsi conoscere dai risparmiatori facoltosi, fidelizzare la clientela già acquisita e attrarne di nuova. Intesa Sanpaolo Private Banking, ad esempio, organizza manifestazioni artistiche e culturali per la propria clientela appassionata di arte coinvolgendo anche consulenti specializzati. Oltre a concerti, visite guidate e a un programma di hospitality nei principali teatri italiani. Non mancano poi le iniziative in campo sportivo: la banca realizza ogni anno il "Circuito golfistico Ispb" le cui gare si svolgono in tutta Italia, offrendo in alcuni casi agli ospiti la possibilità di gareggiare con golfisti professionisti. La clientela appassionata di calcio, inoltre, può accedere a posti privilegiati per assistere alle partite di

campionato e di coppa delle principali squadre italiane. Il golf come contesto ideale per il consolidamento delle relazioni con i propri clienti è la scelta di Ubi Private Banking che negli anni ha stretto anche una partnership con una prestigiosa casa automobilistica con prove su pista o su strada per gli investitori di elevato profilo. A queste iniziative si affiancano attività di formazione e momenti culturali con l'organizzazione di eventi a cura di docenti universitari o visite guidate alla scoperta di tesori artistici. Fa leva sul golf per trattenere i propri top client anche Banca Euromobiliare (gruppo Credem) che organizza da diversi anni la Coppa Banca Euromobiliare. Dal punto di vista culturale, invece, l'istituto di credito ha ospitato di recente nella propria filiale di Milano una mostra dedicata all'artista del '900 Maestro Gauli per pochi clienti selezionati. Anche le iniziative di Bnl-Bnp Paribas Private Banking prevedono una serie di eventi esclusivi e dedicati che spaziano dall'arte allo sport, fino al cinema; ad esempio, con preview di film italiani e internazionali. Eventi dedicati sono previsti anche nel tennis: l'istituto di credito è, infatti, title sponsor degli Internazionali Bnl d'Italia. A completare l'offerta per i clienti private sono anche visite guidate e momenti di incontro in location esclusive per degustazioni e concerti. Viaggi all'insegna dello sci e regate in barca a vela sono invece rivolte ai propri clienti dal family office Gwa Sim. In banca Fideuram l'arte è il tema guida per la fidelizzazione degli investitori più facoltosi: in occasione delle celebrazioni per i 150 anni dell'Unità

d'Italia, ad esempio, l'istituto di credito ha realizzato una mostra in cui sono state presentate le opere di venti artisti stranieri, invitati a visitare ciascuno una regione italiana e a produrre un'opera in risposta all'esperienza del viaggio. Mentre a Milano i clienti private sono stati protagonisti di un evento esclusivo con visita al Cenacolo e al Codice Atlantico di Leonardo presso la Sacrestia del Bramante e un concerto di chiusura nella Basilica di Santa Maria delle Grazie.

La crisi spinge, però, le banche a offrire ai ricchi clienti anche iniziative maggiormente improntate alla sobrietà e mirate alle esigenze



di business. UniCredit Private Banking, ad esempio, dedica alcune iniziative al tema del passaggio generazionale, offrendo alle nuove generazioni imprenditoriali, prossime all'ingresso in azienda, occasioni di crescita manageriale con incontri a tema. L'istituto offre inoltre la possibilità di partecipare ai cosiddetti salotti private, in cui esperti e specialisti della banca affrontano temi che spaziano dagli scenari dei mercati finanziari agli investimenti in ambito aziendale, artistico e immobiliare. Spesso all'evento viene associato anche un momento culturale esclusivo come la visita a una mostra o a resi-

denze di interesse storico e artistico o la partecipazione a uno spettacolo teatrale, musicale o sportivo. Stessa strategia per la banca svizzera Vontobel che sta promuovendo tra i propri clienti una rassegna di incontri dal titolo "Investment Apéro" presso la propria sede, dedicati a un massimo di 15

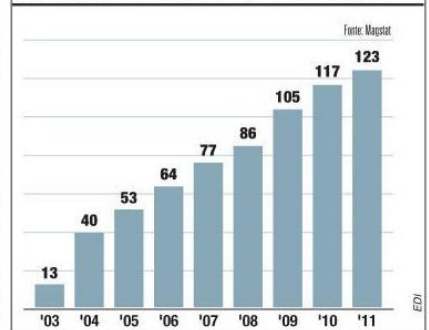
invitati, dove vengono trattati temi di carattere finanziario ed economico seguiti da un aperitivo dove è possibile approfondire l'argomento con i relatori. Tra le iniziative di Vontobel non mancano, poi, anche quelle legate all'arte: la principale in questo ambito è Vontobel per l'Arte, progetto in cui so-

no stati proposti artisti internazionali in eventi dedicati, fra cui spiccano i nomi di Dim Sampaio ed Eduard Winklhofer. Secondo una recente indagine di GfK Eurisko oltre sette clienti private su dieci si dichiarano soddisfatti del servizio offerto dalla propria banca.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



#### OPERATORI DI FAMILY OFFICE IN ITALIA



Di fatto una minipatrimoniale è stata già introdotta ed è l'imposta di bollo sui depositi titoli che salirà allo 0,15%