



DOSSIER

PRIVATE BANKING

Qualità Riservatezza e soluzioni ad hoc devono andare a braccetto con la capacità di innovazione

Per i patrimoni extralarge soluzioni cucite su misura

I clienti non sono tutti uguali. E i private banker nemmeno. Con i tempi che corrono, le regole del gioco anche per loro sono cambiate. Scordiamoci professionisti ingessati ai desk su reportistica e terminali Bloomberg per far fruttare i tesoretti della clientela. Adesso cavalcano idee che li hanno portati a sviluppare nuovi metodi di gestione e anche, in un certo senso, di marketing, per attirare e trattenere il loro target. Come racconta a *Il Mondo* Tito Staderini, ad di *Gwa Sim*, oggi il fattore fiducia è la chiave di volta. «Permette di avere un rapporto snello e diretto, di recepire al meglio le esigenze, di costruire attorno tutta una serie di attività». Per coniugare le tradizionali tematiche finanziarie con qualcosa che ricorda molto da vicino i servizi di consulenza. E fare la differenza. Fornire un assetto stabile al portafoglio di investimento avrà ancora il suo perché, così come supervisionare l'andamento delle attività scelte, ma

CON I MINUTI CONTATI



Distribuzione del tempo del banker tipo. Fonte Aipb

oggi non basta più. I professionisti del private banking sanno che il mercato chiede loro di più e si sono attrezzati. «La relazione tra un banker e l'investitore all'inizio si basava sul recepimento delle informazioni organizzative, poi si decollava», ricorda Staderini. Ancora adesso «ai nostri clienti forniamo reportistica sul grado di rischio che corrono nell'affrontare



Maurizio Zancanaro e Tito Staderini

Le boutique offrono specialisti in grado di dare consigli su trust, investimenti in arte e real estate. Tutto per attirare e trattenere gli investitori

determinati investimenti, garantiamo la fotografia di quello che sta succedendo in maniera puntuale e giornaliera, presentiamo svariate opportunità anche all'estero». Però poi si torna sempre lì: «Quello che conta è fornire servizi su misura». Concorda con lui Stefano Sardelli, direttore generale di *Invest Banca*. Spiega che in questo momento «il settore ricalca la fase che stanno vivendo i mercati, ossia l'industria subisce un disamore nell'investire, ma visto da una prospettiva diversa questo si traduce anche in opportunità». Adesso a suo avviso è essenziale cambiare ottica, puntando sulla qualità dell'offerta, perché «se oggi ci sono ancora sprazzi di concorrenza questa riguarda non tanto l'aumento delle masse gestite, bensì la fornitura di servizi ad hoc alla clientela». Su quale sia la strategia migliore Maurizio Zancanaro, ad di *Banca Aletti*, polo di sviluppo finanziario e di consulenza dedicato alla clientela private e corporate più sofisticata, non ha dubbi. «Il modello di servizio che fa breccia oggi è quello che consente di coniugare l'approccio riservato e personalizzato di

una storica boutique finanziaria con la capacità di innovazione di una primaria investment bank». In questo modo i clienti beneficiano di competenze tecniche e servizi distintivi per gestire al meglio non solo le tradizionali tematiche finanziarie, ma anche il patrimonio nella sua globale complessità. «Questo succede», prosegue Zancanaro, «perché la clientela private è sempre più informata e attenta». Da qui la decisione di Banca Aletti di tenere il passo dando maggiore spazio alla consulenza finanziaria e alla gestione professionale degli investimenti, attraverso una strategia che ha il suo baricentro in una proattiva attività di consulenza del trinomio famiglia-patrimonio-impresa. Ma c'è di più: poter garantire specialisti che sappiano fare il punto su tematiche come i servizi fiduciari, il trust, l'art advisory e il real estate advisory, l'analisi macroeconomica e la protezione del patrimonio nel senso più ampio del termine è un plus notevole. Per i clienti ma soprattutto per le strutture private che li offrono.

Micaela Osella