

Aipb. I paesi emergenti saranno fondamentali per la diversificazione del patrimonio

LIQUIDITÀ DA INVESTIRE

Da sei anni raccoglie una parte importante del mercato private banking. Registrando una crescita in termini di copertura del settore, svolgendo una funzione nei confronti della clientela, degli associati ma anche di tutti quelli che stanno attorno a questo universo, dai media alle associazioni e istituzioni, in termini di interlocutore credibile e competente che negli anni ha sviluppato delle conoscenze specifiche. È l'Aipb, l'Associazione italiana private banking. Il Mondo ha incontrato Buono Zanaboni, segretario generale Aipb.

Che impatti ha avuto la crisi finanziaria in questi ultimi due-tre anni? Nel 2008 i clienti che dichiaravano di decidere sempre da soli erano l'11%, sono diventati l'8% nel 2010 dopo la crisi. In effetti oggi vediamo che il 47% dei clienti vuole valutare insieme al referente prima di decidere e nel 26% dei casi vuole sottoporre al referente le valutazioni. Questo significa che la possibilità di interazione con la clientela è molto elevata e che c'è una forte possibilità di condividere le scelte. Questo è un elemento del quale dovremo sempre più tenere conto nello sviluppare la nostra proposta. C'è anche da dire che la crisi è stata una eccezionale occasione di diffusione di cultura finanziaria. La competenza dichiarata da parte dei clienti è media nel 71% dei casi, però sappiamo che tra quello che dichiarano e la realtà c'è uno spazio importante, c'è un'occasione per coprire questo gap e credo che il private banker goda delle migliori condizioni per poterlo fare perchè, banalmente, ogni esperto gestisce da 80 a 120 famiglie, quindi un numero limitato. Sembra, infatti, che i clienti riconoscano questo valore: tra il 2007 e il 2010 l'indice di soddisfazione della clientela non è calato, anzi, è cresciuto. Se poi si distingue tra famiglie servite e non servite

dal private banking, dalle nostre indagini risulta che il 63% dei serviti è pienamente soddisfatto, a fronte di un comunque ottimo 52% dei non serviti che dichiarano la stessa cosa.

Quali tendenze nel 2010 nel segmento del private banking in Italia? Le sfide principali derivano sostanzialmente dal mercato, dai clienti stessi e dagli organi di vigilanza. Il mondo sta cambiando e oggi, quando definiamo il rischio, ci troviamo di fronte a un paradigma molto diverso. Capita di parlare a quei clienti private che da sempre si definiscono investitori prudenti, ma sappiamo che nel dopo crisi non significa più la stessa cosa. La finanza classica investiva in asset ben conosciuti, prevalentemente domestici o obbligazionari o legati al debito sovrano, ma oggi forse non è la soluzione adatta se si vuole ottenere un portafoglio prudente. In fondo, quando oggi parliamo dei Paesi emergenti facciamo riferimento a mercati che hanno più o meno l'80% della popolazione, il 70% delle terre emerse, una quota molto significativa del pil, mentre nel mercato finanziario rappresentan in media solo un 20-30%. Possiamo immaginare allora che nel futuro ci sarà una convergenza tra tutti questi valori e che quindi l'investimento in questi mercati diventerà una delle caratteristiche fondamentali dello sviluppo di un servizio di consulenza e di diversificazione del patrimonio private.

Quali invece le prospettive per il 2011? Oggi le indagini ci dicono che il cliente è pronto per tornare a investire. Si sta lavorando intensamente per evitare, come industria, la cosiddetta trappola della liquidità, tenendo però conto di uno scenario molto cambiato e tenendo conto che rimane stabile, in generale per la clientela italiana, ma in particolare per quella del private banking, l'avversione al rischio. (Leo Campagna)

Art Advisory. Non più solo bene di rifugi, quadri e sculture affollano i salotti dei paperoni

QUANDO L'ASSET È DIPINTO

L'indagine Aipb 2010 sulla clientela private italiana (effettuata su famiglie con patrimonio finanziario superiore ai 500 mila euro) evidenzia che il 47% dichiara di possedere opere d'arte e che ben 83% è interessato ad almeno un servizio di art banking, anche se solo l'8% finora ne ha usufruito. «Sono numerosi anche i clienti di **Banca Aletti** che osservano con attenzione il mondo dell'arte e spesso sono attratti dalla possibilità di abbinare un buon investimento con l'opportunità di far parte di una élite che si riconosce anche nella qualità e nell'importanza delle opere d'arte possedute» tiene a precisare Maurizio Zancanaro, direttore generale di Banca Aletti, che poi prosegue: «L'opportunità di considerare i bene artistici come una vera e propria asset class alternativa e la necessità di valutare, gestire, salvaguardare e valorizzare questo patrimonio, ci ha portato, ormai da diversi anni, a mettere a disposizione della nostra clientela un servizio completo di art advisory a supporto sia dei collezionisti che già possiedono una raccolta sia dei neofiti che vengono affiancati con

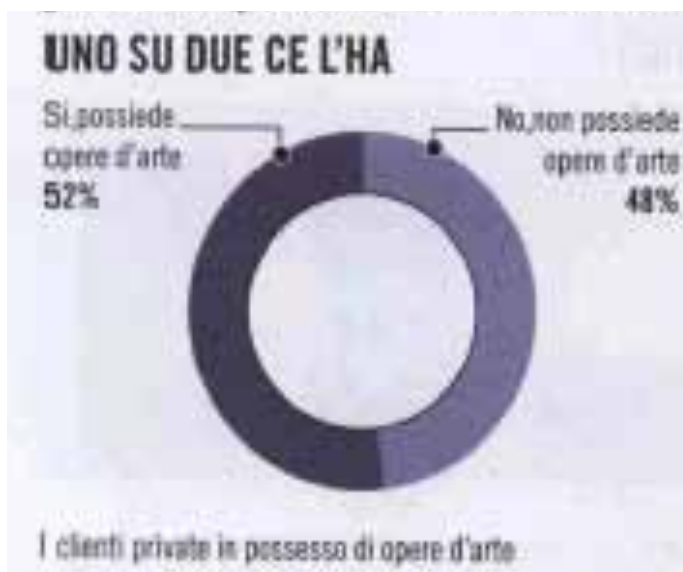
Le banche ora offrono consulenza anche ai neofiti e non solo agli esperti

discrezione e riservatezza nel loro percorso di avvicinamento al mondo dell'arte». La consulenza sull'arte offerta da Banca Aletti costituisce un servizio complementare alla gestione complessiva del patrimonio dei clienti e non si configura pertanto come un'attività a sé stante. Poiché la banca, che peraltro eroga il servizio utilizzando un team di consulenti esterni indipendenti, non ha interessi di mercato, è in grado di mettere a



disposizione una visione autonoma e imparziale, e di offrire al cliente diversi punti di vista specializzati al fine di permettergli una scelta consapevole e informata. All'interno dell'ampia gamma dei servizi offerti, quale la valutazione di singole opere o di intere collezioni, il conseguimento di autentiche o expertise, la consulenza assicurativa e fiscale, i più distintivi riguardano la gestione evoluta del patrimonio artistico. In questo ambito, Banca Aletti affianca il cliente nell'acquisto e nella vendita di opere d'arte, valutando i canali e le piazze di vendita più appropriati, predispone l'inventario e la stima dei beni artistici, mette a disposizione consulenza e assistenza per la costituzione di veicoli quali il Trust o la Fondazione nei quali conferire il patrimonio artistico per la fruizione pubblica o privata.

AUMENTANO LE OPERE IN CASSAFORTE
«Tornando a quel 47% delle famiglie private ita-



liane che compra arte, lo si fa più per l'amore per l'arte che per l'investimento in sé. Effettivamente l'arte può essere un investimento alternativo privilegiato, ma ritengo anche che qualsiasi previsione sui rendimenti futuri di un'opera, soprattutto se parliamo di artisti emergenti, non possa

avere fondamenti certi. Per cui l'unica vera motivazione che ti può spingere a comprare arte è la passione» sostiene **Guido Galimberti**, presidente e fondatore di **Opera Art Solutions**. È vero che a livello internazionale l'**Artists confidence indicator**, elaborato dalla società d'analisi londinese **ArtTactic**, è salito dell'8% rispetto al 2008, segno evidente della rinnovata fiducia dei compratori nei confronti degli artisti contemporanei. «Tuttavia, in quanto art advisor, spiego sempre ai clienti private che vedono nell'arte un bene di rifugio, che devono essere coscienti della particolarità e unicità del mercato, a cui non possono avvicinarsi spinti solo da fini di ritorno economico. L'arte, rispetto a ogni altra forma di investimento tradizionale, permette al possessore di fruire esteticamente dell'opera e questo valore non potrà mai essere sottratto. Questo è l'unico modo per esorcizzare il rischio: comprare un quadro che ameremmo appendere nel nostro salotto, se il quadro si svaluta resta il valore estetico» conclude **Galimberti**. (L. C.)



Player. Ripresa a pien ritmo, +12% sui livelli di tutti i competitor internazionali

MEGLIO IL BENCHMARK



Le banche italiane con il servizio di private banking nel periodo più profondo della crisi finanziaria mondiale hanno perso il 6% del valore degli asset in gestione, contro il 14,2% delle banche private nordamericane e il 16,1% della media degli istituti europei. La ripresa, al contrario, è stata sugli stessi livelli registrati in Nordamerica e in Europa: +12,1% per il private banking italiano, il 13,9% per quello Usa e il 12% per l'intero settore del Vecchio continente. È uno dei dati più rilevanti che emerge dalla presentazione dei dati relativi al *VI Forum Annuale sul private banking* presentati lo scorso 4 ottobre a Milano. «I risultati delle indagini Aipb mostrano che, nel corso dell'ultimo anno, è cresciuta presso la clientela finale la reputation dell'industria bancaria italiana perchè considerata sicura», afferma Dario Prunotto, presidente dell'**Associazione italiana private banking**, che poi aggiunge: «Tradizionalità, risparmio, ma anche prudenza, cautela sono e restano cromosomi tipici nel nostro Paese, dal lato dell'investitore e dal lato dell'industria finanziaria».

QUASI 900 MILIARDI DI POTENZA

Questo spiega perchè, dal punto di vista della dimensione, il mercato potenziale del private, facendo una stima a fine anno, è di 896 miliardi

di euro. «Si è assistito a una forte crescita della quota di patrimonio affidato in gestione in particolare verso le gestioni patrimoniali e le Sicav multimanager nei comparti obbligazionari corporate e multi assets. Nell'assicurativo l'offerta è stata trainata dalle polizze rivalutabili con rendimento minimo garantito», spiega Saverio Perissinotto, condirettore generale vicario di **Intesa Sanpaolo private banking**, facendo poi presente come si sia evidenziato un generale aumento dell'attitudine di prudenza e di avversione alla volatilità da parte della clientela, tipica del mercato del private banking. Anche se il cliente privato ricerca, oggi come ieri, un partner autorevole e affidabile per la gestione del proprio patrimonio e chiede innanzitutto protezione e consolidamento dei suoi beni. «Ciò che è drasticamente cambiato sono le condizioni dei mercati, ora caratterizzati da una volatilità strutturalmente più elevata, cosa che ha imposto a tutti gli operatori del settore una certa riflessione sui contenuti della propria value propositions», argomenta Paolo Magnani, responsabile private banking di **Banca Euromobiliare**. «Ci siamo mossi secondo due linee guida ben precise: da un lato rifocalizzare la nostra offerta su soluzioni di investimento trasparenti e semplici da comprendere per il cliente, come per esempio le gestioni patrimoniali, proponendo al tempo



stesso una adeguata diversificazione a livello di asset class e stile di gestione; dall'altro potenziare il nostro servizio di advisory e customer relationship management, essenziali per garantire un eccellente livello di servizio in un contesto di diffusa incertezza».

SI CAMBIA OBIETTIVO

Secondo Roberto Fredella, responsabile di Bnl-Bnp Paribas private banking, la reazione dei risparmiatori alla crisi dei mercati finanziari ha inizialmente comportato un maggiore ricorso ai depositi a investimenti su strumenti monetari o su obbligazioni di Stato, considerate un bene rifugio, a scapito di soluzioni di asset allocation più articolate. «Le esigenze dei clienti che riscontro nel post crisi risiedono principalmente nell'aver un alto grado di qualità del servizio offerto dai singoli operatori; è questo che fa la differenza. Il modello di Bnl-Bnp Paribas, basato sulla vicinanza del cliente, ha fatto in modo che la nostra clientela abbia percepito di non essere stata lasciata sola di fronte al timore generalizzato per i propri investimenti. I risparmiatori, comunque, si sono evoluti diventando più sensibili al tema della preservazione del loro capitale e, in quest'ottica, sono ora molto più disposti ad accettare rendimenti assoluti contenuti purché positivi, consapevoli che le condizioni di mercato non consentiranno per il prossimo futuro performance elevate». Per Massimo Furno, responsabile private banking di **Deutsche Bank** in Italia è in atto un'evoluzione delle esigenze della clientela private in un'ottica di maggiore complessità di eterogeneità. Fenomeno che può essere spiegato da una crescente preparazione degli investitori correlata a una conseguente maggiore consapevolezza del proprio status.

RISPOSTA PRONTA

«Per rispondere in modo puntuale ed efficace a queste mutate esigenze è necessario continuare a sviluppare competenze professionali di alto profilo acquisite attraverso un processo di formazione continuo e un'offerta di servizi e prodotti personalizzati» dichiara Furno. Invece Giorgio

Ricucci, ad **Ubs Italia**, nel mercato del wealth management osserva da una parte la dinamica d'investimento dei clienti, orientata a soluzioni più semplici e liquide e di conseguenza a più bassi margini per le banche, e dall'altra un'applicazione molto rigorosa della Mifid, che ha imposto un maggiore presidio dei rischi e comportato costi di gestione più consistenti. «Queste condizioni hanno determinato un fenomeno di polarizzazione del mercato con i grossi player da una parte grado di accedere ai mercati internazionali, di offrire ai clienti sinergie e risorse di ampia portata e di sostenere maggiori volumi di costi grazie alle consistenti masse in gestione; le piccole boutique dall'altra, focalizzate sulla distribuzione e sulla consulenza», fa presente Ricucci.

CAPITALI RIENTRATI

Per quanto riguarda poi il riposizionamento dei capitali rientrati con lo scudo fiscale ter e quarter, Perissinotto segnala che ci si sta riposizionando verso soluzioni di tipo assicurativo e più in generale sul risparmio gestito. Ma non è tutto, Luca Caramaschi, responsabile private wealth management di Deutsche Bank in Italia aggiunge: «Abbiamo risposto offrendo un'architettura aperta sui nostri servizi d'investimento privilegiando fondi comuni, obbligazioni strutturate, fondi alternativi e consulenza. In generale abbiamo consigliato ai nostri clienti una linea conservativa con una preponderanza degli asset obbligazionari, in particolare verso il reddito fisso dei Paesi emergenti. Importante è comunque stata anche la componente degli investimenti alternativi, in particolare hedge fund e le nuovissime classi di fondi Ucit III, che, per la loro caratteristica di stabilizzazione dei portafogli, si sono rivelati molto utili durante le fasi di volatilità dei mercati».

CALMA E SANGUE FREDDO

Resta il fatto che nei momenti peggiori i clienti private hanno saputo valutare con calma, senza seguire l'emozione del momento, così il valore del loro portafogli è oggi superiore rispetto ai valori pre-crisi. «Poiché si tratta soprattutto di imprenditori e professionisti, più che la compo-



UNO SQUILIBRIO AL NORD

REGIONE	MERCATO POTENZIALE	MERCATO SERV. DAL PB	QUOTA PB	REGIONE	MERCATO POTENZIALE	MERCATO SERV. DAL PB	QUOTA PB
Piemonte	89.678	43.987	56%	Lazio	77.516	30.082	39%
Valle d'Aosta	1.650	293	18%	CENTRO	159.999	55.822	35%
Lombardia	254.025	143.354	56%	Abruzzo	10.731	2.632	25%
Trentino Alto Adige	15.339	2.293	15%	Molise	2.273	86	4%
Veneto	90.518	44.198	49%	Campania	39.073	13.048	33%
Friuli Venezia Giulia	14.223	7.518	53%	Puglia	22.201	8.448	38%
Liguria	73.954	14.520	20%	Basilicata	2.979	229	8%
Emilia Romagna	96.579	36.933	38%	Calabria	8.513	1.865	22%
NORD	589.973	298.096	51%	Sicilia	25.744	6.516	25%
Toscana	57.290	19.713	34%	Sardegna	7.236	1.579	22%
Umbria	7.995	2.865	36%	SUD e ISOLE	118.711	34.403	29%
Marche	17.197	3.162	18%	ITALIA	868.683	389.321	45%

Grado di penetrazione del servizio di private banking nelle regioni italiane. Dati in milioni di euro

sizione del portafoglio è cambiato nel tempo il loro senso di sicurezza e percepiscono in modo diverso il rischio. Oggi preferiscono investimenti con portafogli sicuramente diversificati ma contenuti prodotti non particolarmente sofisticati, di cui ritengono di poter valutare il rischio insito. Dalla seconda metà del 2009, quando la crisi è stata metabolizzata, la quota di liquidità è diminuita affluendo nuovamente verso i fondi comuni e le gestioni patrimoniali».

LA PAURA NON È FINITA

Nel primo semestre 2010 la preoccupazione degli operatori verso i debiti dei Paesi europei ha influito sul peso dei titoli di Stato (-35,9%), rileva Federico Taddei, presidente della commissione tecnica di Aipb e responsabile marketing e business development **Ersel**. «In ogni caso la maggiore preoccupazione della clientela private nel 2010 rimane quella della perdita del capitale, anche se risulta in calo rispetto ai dati del 2009. La cultura del risparmiatore private determina un focus sulla perdita di valore della quota investita. Non vengono considerate accezioni più ampie del termine, come nel caso in cui la perdita derivi dall'uso delle masse investite a seguito della necessità di disporre la liquidità. Una maggiore consapevolezza che il rischio di perdita del capitale potrebbe avere una profondità maggiore sarebbe in grado di modificare sensibilmente questa graduatoria dei timori», sottolinea Maurizio Papparone, vice presidente della commissione tecnica di Aipb e di Ubi private banking. Gli fa eco Fredella: «La crisi ha mostrato come, in partico-

NORDEST IN TESTA

REGIONE	QUOTA PB	NUMERO PLAYER	PERF. 1° SEM. 2010
Liguria	51%	15	0,56%
Piemonte	56%	17	0,49%
Lombardia	56%	20	0,53%
Friuli Venezia Giulia	53%	14	0,53%
Veneto	49%	19	0,52%
Lazio	39%	18	0,45%
Emilia Romagna	38%	19	0,55%
Puglia	38%	15	0,38%
Umbria	36%	13	0,49%
Toscana	34%	15	0,47%
Campania	33%	16	0,43%
Sicilia	25%	14	0,41%
Abruzzo	25%	14	0,45%
Calabria	22%	13	0,38%
Sardegna	22%	12	0,41%
Marche	18%	15	0,50%
Valle d'Aosta	18%	9	0,54%
Trentino Alto Adige	15%	9	0,47%
Basilicata	8%	8	0,41%
Molise	4%	9	0,38%
ITALIA	45%		0,47%

Performance più elevate nelle regioni maggiormente servite dal private banking

lari casi di stress di mercato, molti strumenti, tradizionalmente considerati sicuri, possono diventare illiquidi e subire forti oscillazioni in termini di prezzo». I clienti delle banche hanno scoperto nuove tipologie di rischio: quello di controparte; i rischi di liquidità; i rischi delle forti oscillazioni dei prezzi degli attivi.

QUANTE VOLTE CARO CLIENTE?

Un altro aspetto importante che emerge dall'indagine Aipb sulla clientela Private è che l'88% dei clienti sceglie proposte multicanale. «Con l'entrata in vigore della Mifid, e la sempre più



OPERA

Art Solutions

TESTATA: **IL MONDO**
DATA: **5 NOVEMBRE 2010**

ampia diffusione della consulenza ad architettura aperta, il risparmiatore ha oggi la possibilità di accedere, attraverso un unico intermediario, a un'ampia gamma di fabbriche prodotte, rompendo così il vecchio vincolo monobrand», nota Giancarlo Caroli, responsabile private banking Credem. «Ecco che oggi una eccessiva diversificazione degli intermediari di riferimento rischia di tradursi in una superflua duplicazione di costi, superabile con la selezione di un interlocutore privilegiato nella gestione del patrimonio in grado di offrire un servizio di elevata qualità, remunerato in modo trasparente e proporzionale rispetto alla ricchezza in gestione. Da parte nostra tutti gli sforzi sono indirizzati a fornire una consulenza indipendente, sartoriale, supportata da un team centrale per diventare partner di riferimento nella pianificazione e gestione dei patrimoni dei clienti a elevata disponibilità economica». «La pluricanalizzazione è per noi un'ulteriore spinta a fare meglio», commenta Furno, «e a offrire una gamma completa di prodotti e servizi in grado di soddisfare le richieste della clientela, consapevoli di essere confrontati con il mercato. Proprio in quest'ottica Deutsche Bank ha deciso da anni di operare in un sistema di architettura aperta, grazie alle partnership con 15 case di investimento».

IN MEDIO TERMINE STAT VIRTUS

Infine risulta che la clientela Private sia adesso orientata agli investimenti a medio termine, con una priorità al rendimento (più che alla difesa del capitale), accettando prodotti evoluti e, possibilmente, con cedole periodiche. «Questa trasformazione delle esigenze ha riguardato inizialmente un contenuto numero di clienti, in forme non sempre strutturate di investimenti in capitale di rischio in piccoli progetti quali per esempio la partecipazione a impianti fotovoltaici o a trading immobiliare. I trend è colto da alcuni operatori in grado di costruire, tramite fondi chiusi, prodotti capaci di rappresentare in maniera comprensibile l'investimento finale. In questo modo si è ampliata la pletera degli investitori permettendo l'accesso a progetti selezionati con un rigido processo di analisi. L'orizzonte di medio termine, cinque-sette anni, periodo nel quale non è smobilizzabile l'investimento, è stato accettato dalla clientela a fronte della trasparenza e concretezza dei progetti», conclude Carlo Pittatore, direttore commerciale di **Banca Finnat**. (Leo Campagna)

