

PRIVATE BANKING, COMINCIA LA CORSA

Secondo Antonio Maranghi, di Intra Private Banking, in Italia siamo ancora lontani dal modello originario Usa ma in futuro si sentirà sempre più parlare di Wealth Management

DI BRUNO MAGGIOLO

Nel settore dei servizi finanziari, il ricco e articolato segmento del Private Banking, resta una delle aree di attività di maggiore interesse e prestigio per le banche italiane ed europee.

La gestione delle disponibilità finanziarie, in senso lato, della clientela privata di alto livello richiede un nuovo approccio da parte degli istituti finanziari, che devono essere in grado di offrire servizi a 360°, sempre più ampi e flessibili, al top della qualità.

In questi anni si sono dedicate enormi risorse alle costruzioni di merchant bank, salvo poi concludere che ci sono più merchant bank che affari da concludere.

Poco si è invece mosso nel comparto del *private banking*. Queste considerazioni hanno spinto gli attori del settore dell'intermediazione finanziaria, ad aggiornare le proprie strutture e rendere quindi competitiva la propria offerta, non solo dal punto di vista della remunerazione dei depositi, ma anche dal punto di vista della gamma di servizi e della qualità di questi ultimi che vengono offerti alla clientela. In futuro sentiremo sempre più parlare di *Wealth Management*, di *Family Offices*, di consulenza globale al cliente imprenditore, oltre che di servizi e prodotti che combinano

l'impostazione rivolta alla clientela privata con un livello di qualità paragonabile a quello richiesto dalla clientela istituzionale.

Qual è lo stato dell'arte in Italia, esiste il private banking in Italia cioè una struttura in grado di offrire un servizio integrale al cliente - consulenza al Patrimonio - finanziaria, legale, immobiliare e successoria - sul modello americano ?

Impresa & Finanza lo ha chiesto a **Antonio Maranghi**, Responsabile della Direzione Commerciale di **Intra Private Bank**.

«Nel Mercato Italiano, oggi, non esiste struttura finanziaria - Sim, Sgr, Banca - che non offra alla clientela un servizio *Private*. Dalla nostra esperienza e dal confronto quotidiano con i protagonisti

del mercato italiano, possiamo affermare che, è molto raro incontrare strutture organizzate in grado di offrire servizi riconducibili al concetto originario di private banking nato e sviluppato negli Stati Uniti. E' più facile incontrare strutture che offrono servizi specializzati di Gestione del Risparmio - anche di elevata qualità - che si differenziano dal mercato retail solo per la segmentazione della clientela: fasce di patrimonio, tipologia di prodotto e costi», sottolinea Maranghi.

Per tanti anni, l'offerta *Private Banking*, è stata identificata con il Servizio di Gestio-

ne Patrimoniale (Gpm e/o Gpf) personalizzata con target di accesso di un milione di euro.

Esiste un altro dato oggettivo: la scarsa propensione della clientela a dichiarare i propri bisogni e le proprie esigenze. La clientela italiana è diffidente nel proporre solo all'intermediario finanziario per i servizi al suo Patrimonio, preferendo rivolgersi a più professionisti specializzati nel proprio settore

avvocato, notaio, consulente finanziario, assicuratore.

«Intra Private Bank - afferma Maranghi - sta realizzando la sua mission aziendale - offrire servizi di private banking - con molta semplicità e tenendo presente la realtà del mercato italiano. Siamo consapevoli che oggi il cliente cerca - per il suo patrimonio finanziario - sicurezza per il futuro e stabilità ' per il presente. Siamo consapevoli che il cliente non sostituisce il bisogno di sicurezza per il futuro o dimi-

nuisce le aspettative e le idee che intende realizzare in base al

patrimonio creato e accumulato. In questo contesto Ipb ha operato delle scelte: offrire alla propria clientela un servizio-attraverso i propri private bankers- dove i bisogni del cliente possano incontrare una ampia scelta di prodotti. Prodotti offerti senza vincoli aziendali (Ipb non ha prodotti propri) e dove i private bankers Ipb hanno la "libertà" di proporre

soluzioni che rispondano solo alle esigenze dei clienti. Siamo coscienti che la relazione con la clientela, particolarmente sofisticata e culturalmente preparata, si basa sulla trasparenza dei risultati e del servizio.

Per esempio, nella ricerca continua di partner che condividano la nostra mission è nata la collaborazione con Skandia, società leader nel suo settore e che vanta esperienza nell'offrire

soluzioni che si "costruiscono" con il cliente. Attraverso il prodotto *Private Label* il cliente avrà a disposizione oltre 600 fondi e sicav di 22 Società Primarie. Il cliente potrà selezionare i singoli fondi e sicav in base alla sua esperienza, o con la consulenza del private bankers Ipb ed il supporto di Skandia (allocazione strategica), variandoli in qualunque momento sia per mutamenti del mercato (allocazione tattica), sia per i cambiamenti delle sue esigenze (financial planning)».



nota
rio, i
«Int
ma
za