

LA MIA *squadra* PER IL WEALTH

La sim, una sgr, la società dedicata ai private market, la fiduciaria e due compagnie assicurative. Le strutture che fanno capo all'area wealth, sotto la guida di Paolo Magnani, favoriscono "un'offerta integrata, sotto un unico governo centrale, con strategie coerenti". Grazie anche a una nuova piattaforma, che aiuta banker e consulenti nella messa a terra del servizio

di Pieremilio Gadda





Dove sono finiti il private banking e il retail banking? Nelle conversazioni tra gli addetti ai lavori, queste espressioni sono si usano più, o quasi. Gira e rigira, ogni discussione o progetto nel campo della gestione dei grandi (e meno grandi) patrimoni dei clienti sembra trovare una migliore declinazione nel più blasonato concetto di wealth management. Ma come si fa, concretamente? Con quali obiettivi, strategia, strumenti e processi organizzativi? È nei dettagli che il wealth management prende davvero forma, lasciando trasparire approcci differenti, iniziative più o meno strutturate e ambiziose. “Il nostro modello è unico in Italia per una realtà di media dimensione e ha due grandi obiettivi: supportare sempre di più, con competenza e professionalità, le nostre reti distributive e sviluppare un ecosistema in grado di proporre i nostri servizi anche a controparti terze”, dice Paolo Magnani, da inizio 2018 nel ruolo di direttore centrale e coordinatore Area wealth management del Gruppo Credem. “Nel perimetro del gruppo sono già presenti tutte le componenti del mondo wealth: Euromobiliare Advisory sim, sotto la guida del direttore generale Gianmarco Zanetti, è il nostro hub di competenze sulla consulenza finanziaria, le gestioni patrimoniali, l’asset allocation strategica e tattica, l’advisory patrimoniale, ossia immobiliare, assicurativo, arte, passaggi generazionali e corporate finance. Euromobiliare asset management sgr, che coordina anche la sicav lussemburghese, è la fabbrica dei prodotti d’investimento, fondi e sicav, sotto la direzione di Francesco Germini. Attraverso Credem Private equity, presidiamo il mercato privato che investe in piccole e medie imprese italiane, con 230 milioni di euro già investiti, attraverso un fondo e un eltif. Qui, al timone ci sono gli amministratori delegati Maurizio Esposito e Daniele Molinaro. E poi, Euromobiliare Fiduciaria, affidata all’indirizzo di Giuseppe Rovani. Completa la squadra il comparto assicurativo, con Rossella Manfredi nel ruolo di direttore generale delle compagnie Credemvita e Credemassicurazioni (posseduta al 50%, l’altra metà è di con Reale Mutua *ndr*), per l’offerta di prodotti assicurativi d’investimento o di puro rischio. Sette società che operano attraverso un unico governo centrale, con obiettivi e strategie coerenti. Da qui in avanti, lo sviluppo dell’area si indirizzerà su quattro direttrici”.

Qual è la prima?

Il completamento della gamma d’offerta per garantire alle nostre reti distributive una soluzione per ogni esigenza del cliente, con un focus particolare sulla sostenibilità. La seconda direttrice è la specializzazione dell’offerta, in funzione dei diversi target di clientela e dei relativi bisogni.

Cosa significa?

Ai clienti retail è necessario sempre di più proporre prodotti molto semplici, facili da spiegare. Per il polo del private banking - che a luglio ha dichiarato di voler riunire i servizi dedicati ai grandi patrimoni in un’unica società, Credem Euromobiliare Private Banking, nata dall’unione di Banca Euromobiliare e del private di Credem – i prodotti, i servizi, le strategie devono essere più sofisticate.

Un esempio concreto?

Nel retail - che conta oltre 600 dipendenze distribuite in modo capillare sul territorio e circa 1.100 consulenti, di cui oltre 330 dedicati alla clientela affluent - è sempre più importante spingere su digitalizzazione, protezione assicurativa e previdenza. Da luglio, stiamo utilizzando nei nostri fondi tematici l’intelligenza artificiale per selezionare le small cap americane su cui investire, grazie alla piattaforma sviluppata con la società Noonum (fintech selezionata attraverso un incubator di Frankling Templeton in Silicon Valley e in cui Euromobiliare sgr ha investito capitale): tecnologia al servizio della semplificazione. La nostra nuova realtà, Credem Euromobiliare Private Banking – che sotto un unico brand, gestirà masse complessive di oltre 40 miliardi di euro, con 690 tra consulenti finanziari e private banker e più di 300 dipendenti nelle strutture centrali - deve aver accesso, invece, a un’offerta più ampia: non solo fondi comuni e gestioni patrimoniali, ma anche mercati privati, cioè private equity, private debt, fondi specializzati nelle obbligazioni senza rating, meno accessibili agli investitori retail. E poi real estate, infrastrutture. E nuovi trend tematici.

La specializzazione è soprattutto sui prodotti, quindi.

Non solo. Anche sulla modalità d’interazione con i clienti: la relazione resta centrale, ma per il retail è sempre più mediata dagli strumenti digitali. Pensiamo ai piani di accumulo, che permettono di investire anche piccole somme attraverso versamenti mensili, in automatico. O alle soluzioni multi-asset, che possono prevedere un ribilanciamento automatico, basato su un motore quantitativo, con meccanismi di accumulo e di decumulo, lungo il ciclo di vita del cliente, costruiti anche con veicoli assicurativi. Nel private, la digitalizzazione della relazione è meno accentuata. La specializzazione sta nell’accesso a servizi che danno risposte a bisogni più complessi. Torniamo all’idea di un wealth dal perimetro ampio, che noi possiamo servire in modo integrato, all’interno del Gruppo Credem, grazie alle sette società dedicate.

Voi avete anche una rete di consulenti finanziari all’interno della banca commerciale.

Sì, nell’ambito del Wealth management, questa rete ha costruito una forte partnership con le filiali, al fine di poter servire al meglio sia la clientela con esigenze retail, sia la clientela con esigenze più complesse, attraverso una gamma di prodotti e servizi dedicata e pensata in logica private. Questi consulenti possono contare sull’erogazione di tutti i prodotti e servizi del banking tradizionale per clienti privati ed imprese, credito incluso.

Completamento dell’offerta, specializzazione. Quali sono gli altri pilastri della crescita?

Il terzo è l’innovazione e la formazione. Per noi significa non solo rendere i processi più snelli, ma anche esplorare le nuove frontiere del fintech, dalla tokenizzazione di vari asset tramite blockchain al machine learning, fino al robo. Abbiamo progetti in corso su tutti questi ambiti e altri ne stia-





Paolo Magnani

Gianmarco Zanetti

Francesco Germini

Paolo Rizzuti

Daniele Molinaro

Giuseppe Rovani

Rossella Manfredi



→ mo esplorando. Anche semplificare la vita ai nostri clienti per noi è importante, così stiamo sperimentando nelle nostre compagnie un’applicazione per smartphone e tablet che consente di certificare i contenuti multimediali acquisiti con un dispositivo mobile.

Avete in cantiere il lancio di un nuovo robo-advisor?

Per il momento ci siamo concentrati sul “robo-4-advisor” con il consulente al centro che attiveremo con una piattaforma dedicata per tutti i nostri consulenti. Si tratta di una piattaforma molto sofisticata, che lanceremo in autunno e rappresenta la messa a terra operativa di tutto l’ecosistema wealth. È lo strumento digitale che consentirà a banker e consulenti di specializzare l’offerta e integrarla con tutti i servizi delle sette società facenti capo all’area wealth. Questo ci permetterà di compiere un salto definitivo dalla logica di vendita dei prodotti al focus sulla consulenza e la qualità dei portafogli dei clienti. Tornando invece al tema del robo-advisor, che permette ai clienti di pianificare in autonomia la gestione del loro risparmio per il raggiungimento di obiettivi futuri, siamo già in fase sperimentale. Vedremo nei prossimi mesi i ritorni e poi decideremo come svilupparlo. Anche perché io credo che in generale, ma in particolare nel nostro paese, i clienti di ogni segmento quando parlano di investimenti abbiano ancora molto bisogno del consulente fisico.

Il quarto pilastro?

È la governance: abbiamo completato il passaggio da un sistema di fabbriche prodotto a una piattaforma di consulenza integrata, che intende avvalersi di partnership strategiche.

A cosa servono le partnership, se avete già tutto “in casa”?

Per rimanere competitivi nei prossimi anni e soddisfare a pieno le esigenze di specializzazione, crediamo sia necessario aprirsi a nuove alleanze, perché non si può fare tutto da soli. Entro l’anno, identificheremo le società con cui stringere una partnership “strutturata” che non si concentrerà solo sui prodotti ma anche su marketing, formazione e innovazione, sul wealth management e non solo. Tutte queste attività però saranno attivate sotto il nostro brand e cioè quello di Euromobiliare asset management sgr, Euromobiliare Advisory sim e Credemvita. Per noi vuol dire un coinvolgimento pieno, anche in termini reputazionali, di fronte al cliente.

LEGGI

Credem, nuove iniziative per valorizzare il ramo private

I progetti futuri del gruppo emiliano, annunciati dopo un 2021 archiviato con i migliori risultati di sempre.

Per far funzionare questo “eco-sistema”, occorre formare bene i banker e i consulenti.

In Credem questo è un must!! Abbiamo già avviato un piano, che si articolerà tra maggio e novembre, sviluppato in collaborazione con Prometeia, che spazia da tematiche tecniche a elementi di finanza comportamentale. Contestualmente, abbiamo strutturato team di professionisti, uno all’interno delle strutture centrali del private banking e del retail e l’altro sul territorio, per affiancare consulenti e banker nella messa a terra del servizio wealth. Oggi l’incontro con il cliente va preparato in modo completamente diverso: il risk management diventa una delle più importanti chiavi di lettura. E noi possiamo misurare la qualità del portafoglio attraverso un algoritmo, che in ogni momento fotografa lo status quo del portafoglio e suggerisce anche le azioni da intraprendere per migliorarne la qualità stessa. Banker e consulenti, in dialogo con i clienti, possono decidere se accogliere e in che misura quegli input. Per questo dicevo che il il consulente è al centro, perché la piattaforma fornirà un supporto importante e di qualità, ma, appunto, saranno il consulente ed il cliente a scegliere. Inoltre i banker possono continuare ad avvalersi della piattaforma info-formativa Gwa Next, che da sette anni li supporta nell’erogazione della consulenza finanziaria e patrimoniale e che con l’occasione abbiamo integrato con la piattaforma di robo-4-advisor.

Un esempio di come funziona questa piattaforma?

La mattina dopo l’invasione russa dell’Ucraina, avvenuta il 24 febbraio, eravamo nelle condizioni di fotografare l’eventuale esposizione di ogni singolo portafoglio a titoli di Mosca o di società ucraine, per valutare immediatamente il da farsi. Siamo quindi stati in grado di presentarci al cliente con le indicazioni di quali azioni intraprendere per “mettere in sicurezza” il proprio patrimonio in risposta ad un evento così repentino ed inatteso oltre che tranquillizzare chi non aveva in portafoglio questo tipo di rischio. Wealth management è anche questo: gestione del rischio. In tempo reale.

identikit

Direttore centrale e coordinatore dell'area wealth del Gruppo Credem, Paolo Magnani ha precedentemente ricoperto all'interno del Gruppo i ruoli di responsabile gestione e selezione risorse umane, coordinatore private banking del Gruppo Credem, vice direttore generale e responsabile private banking di Banca Euromobiliare e product manager. Avvocato abilitato presso la Corte D'Appello di Bologna, Magnani ha concentrato il lungo percorso di carriera nelle aree dell'asset e del wealth management.