

BANCHE

NUOVE SFIDE PER I CONSULENTI FINANZIARI

NEL 2020, L'ALTA VOLATILITÀ DEI MERCATI HA SPINTO I CLIENTI A CHIEDERE ANCORA MAGGIORE TUTELA AI PRODOTTI CHE STORICAMENTE HANNO OFFERTO IL MIGLIOR LIVELLO DI PROTEZIONE. MA, SECONDO SILVIO RUGGIU, HEAD DI DEUTSCHE BANK FINANCIAL ADVISORS, È OGGI IL MOMENTO DI COSTRUIRE IL FUTURO E PROPORRE MODALITÀ ALTERNATIVE PER PROTEGGERE I PORTAFOGLI DEI RISPARMIATORI

di FABRIZIO AURILIA



Il 2020 è stato un anno di cambiamenti (forzati?) un po' per tutti. Non c'è settore industriale che non sia stato modificato almeno in parte dall'irruzione imprevista del nuovo coronavirus. Non fa eccezione, quindi, il comparto della consulenza finanziaria, la cui parola d'ordine è diventata *flessibilità*.

Uno degli esempi più significativi di cosa vuol dire per una rete di consulenti adattarsi a una nuova normalità, rispondendo in maniera efficace alle esigenze della clientela, è il caso di **Deutsche Bank Financial Advisors** (Dbfa), rete guidata da **Silvio Ruggiu**, che in queste pagine presenta gli obiettivi futuri e analizza come sta cambiando il modello di business, l'offerta e, in parte, il lavoro stesso del consulente finanziario. Punto di partenza di questa riflessione è stata la convention digitale di Dbfa, che a fine gennaio ha visto la presenza in diretta streaming degli oltre mille consulenti finanziari della rete del gruppo Deutsche Bank in Italia: "il gradimento molto alto della modalità dell'evento – svela l'head di Dbfa – è indicativo di come stanno cambiando le abitudini delle persone e anche i modelli di relazione".

La giornata ha ospitato gli interventi e i contributi di ospiti esterni, di senior manager dell'International Private Bank (Ipb) di Deutsche Bank e dei vertici della banca in Italia.

I RISULTATI MIGLIORI DI SEMPRE

"Abbiamo commentato i dati migliori di sempre", sottolinea Ruggiu, ricordando la raccolta netta a 926 milioni di euro (+35%), le masse gestite che hanno superato i 16 miliardi (+10%), l'ingresso di 61 nuovi consulenti nella struttura (+39%), ma anche l'erogazione di oltre 340 milioni di linee di finanza ordinaria e straordinaria su nuove relazioni *corporate* introdotte dai consulenti finanziari della rete (+53%). "È stato decisi-



Silvio Ruggiu, head di Deutsche Bank Financial Advisors

vo essere preparati e informati su aree che non erano tradizionalmente appannaggio delle reti finanziarie", precisa Ruggiu.

IL MODELLO DELLA FINANZA OLISTICA

Il modello è quello della finanza olistica: "abbiamo spinto molto sul mondo corporate – racconta il top manager – erogando molta formazione ai nostri consulenti finanziari, così che potessero diventare il punto di riferimento degli imprenditori anche nelle fasi più complesse dell'anno passato". I consulenti di Dbfa sono stati una guida, per esempio, nella selva di Dpcm e moratorie che hanno caratterizzato il percorso legislativo, tra ristori e liquidità. Secondo Ruggiu si tratta di "una particolarità distintiva del modello di business", insieme all'aumento dei corporate banker che fanno visita alle aziende insieme al consulente finanziario: "continueremo a lavorarci anche quest'anno", chiosa.

COSTRUIRE IL FUTURO: LA NUOVA PROTEZIONE

Nel 2020, da parte dei clienti, a fronte dell'alta volatilità, c'è stata una richiesta ancora maggiore di tutela, che ha guardato inevitabilmente al ramo I, giacché nei momenti più difficili la tendenza è rifugiarsi nei prodotti che storicamente hanno offerto il miglior livello di protezione. Ma è questa "la fase in cui costruire il futuro", spiega Silvio Ruggiu, head di Dbfa: "dobbiamo proporre modalità alternative per proteggere il portafoglio dei clienti, perché gli strumenti tradizionali, a cui il risparmiatore storicamente si affidava, come appunto il ramo I e le obbligazioni, non ci sono più. Non è facile accompagnare il risparmiatore lungo questo percorso, non bisogna farlo in maniera violenta. Ecco perché ora siamo in una fase in cui l'offerta deve trovare riscontro nella domanda di consulenza che i clienti ci chiedono".

CON ZURICH UNA PARTNERSHIP STORICA

Un'altra freccia all'arco della rete sono i prodotti assicurativi, garantiti da una partnership ormai storica con **Zurich**, basata non soltanto sull'offerta ma anche su una conoscenza reciproca profonda che ha prodotto sinergie ben valorizzate. "La presenza di Zurich è parte integrante della nostra attività, un aspetto davvero importante perché il dialogo è cruciale nel nostro modello di business", sottolinea Ruggiu.

La quota assicurativa del plafond si aggira intorno al 25-30%, assai rilevante quindi: "il nostro consulente – aggiunge – deve essere in grado di assistere qualunque tipologia di cliente, dalle aziende alle famiglie agli individui, ed è così anche per quanto riguarda il mondo assicurativo".

LA NUOVA PIATTAFORMA

È parte integrante di questa strategia la nuova piattaforma, chiamata *Strategic Asset Allocation*, gestita direttamente dal chief investment officer di Deutsche Bank International Private Bank, **Christian Nolting**. Si tratta di una strategia che investe nell'azionario con la copertura di *opzioni put* che permettono una protezione nelle fasi di grande volatilità del mercato, stabilizzando il portafoglio.

"La piattaforma – spiega Ruggiu – avrà solo Etf quindi è anche efficiente a livello di costo per il cliente, cosa che facilita la creazione di relazioni di lungo periodo, cui teniamo molto: vogliamo costruire la parte core dei portafogli proprio intorno alla nuova piattaforma".

OBIETTIVI CHIARI

Mentre, da un lato, Deutsche Bank Financial Advisors sarà impegnata quest'anno nel reclutamento di nuovi consulenti, nella misura di circa 100 nuovi ingressi, e in programmi come *Dbfa Next Generation*, un progetto interamente dedicato all'inserimento di neolaureati, con l'intento di investire sulla crescita futura della rete, dall'altro ci sono i target di sviluppo: "il nostro obiettivo di 20 miliardi di masse gestite nel 2022 è realizzabile grazie a un percorso di crescita organica", sostiene Ruggiu. Dbfa s'impegna ad aiutare i consulenti con portafogli più piccoli a ingrandirsi, accompagnandoli in maniera decisa nell'area corporate. "Vogliamo immettere energie giovani in azienda, formare e informare i nostri consulenti con progetti chiari, programmi condivisi e investimenti garantiti dalla view globale del gruppo Deutsche Bank: crediamo nelle relazioni di lunga durata basate sulla qualità della consulenza e sulla trasparenza. È nei momenti più difficili che occorre essere ancora più credibili: solo così si possono guadagnare nuove quote di mercato", conclude Ruggiu.

